



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS JURÍDICAS
FACULDADE DE DIREITO

GABRIEL MACHADO LOBO

**OS LIMITES DA CESSÃO DE DIREITOS DA PERSONALIDADE
ATRAVÉS DOS TERMOS DE ADESÃO A REDES SOCIAIS**

Curitiba

2016

GABRIEL MACHADO LOBO

**OS LIMITES DA CESSÃO DE DIREITOS DA PERSONALIDADE
ATRAVÉS DOS TERMOS DE ADESÃO A REDES SOCIAIS**

Monografia apresentado à Faculdade de
Direito, Setor de Ciências Jurídicas da
Universidade Federal do Paraná, como
requisito parcial para a obtenção de grau de
Bacharel em Direito, sob orientação da Prof^a.
Dr^a Maria Cândida Pires do Amaral Kroetz.

Curitiba

2016

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Dennis Farias Lobo e Marion Alves Machado, pelo incondicional apoio emocional e material que me forneceram durante esta longa jornada de ensino. Sem eles não seria possível chegar a este ponto.

Agradeço a Prof.^a Dr.^a Maria Cândida Pires do Amaral Kroetz, pela dedicada e valiosa orientação conferida para a presente monografia.

Agradeço ao grupo Homens do Alabama, pelos proveitosos debates e estudos realizados durante toda a faculdade, e também, não menos importante, pela amizade de seus membros.

Agradeço, finalmente, aos diversos amigos e familiares que acompanharam a minha trajetória e foram sempre importantes, quer nos momentos decisivos, quer na conjuntura, para meu desenvolvimento como pessoa.

RESUMO

O trabalho estuda um tipo contratual nascido da prática do mercado de consumo e do fenômeno de massificação contratual, os termos de serviço de rede social virtual, analisando a cláusula de autorização ao uso de direitos da personalidade do consumidor em favor do fornecedor predisponente. Para tanto, procura estabelecer e identificar os aspectos relevantes da disciplina dos direitos inseridos no objeto contratual, o direito à imagem, ao nome, à privacidade, e os direitos extrapatrimoniais de autor, e das classificações e categorias de que o contrato faz parte, a saber: de adesão, de consumo e digital. Vistos estes pressupostos normativos, o trabalho enfrenta a questão da validade das referidas cláusulas de autorização, confrontando-as com diversos institutos do sistema jurídico brasileiro aptos a ensejar sua nulidade, a fim de concluir, de modo definitivo, sobre a existência e extensão das invalidades no contrato.

Palavras-chave: Contratos; direitos da personalidade; validade; redes sociais virtuais; direito do consumidor.

ABSTRACT

This work studies a kind of contract born from the practice of the consumer market and the phenomenon of contract massification: the terms of services of the digital social networks, analysing the clause that authorizes the use of the consumer's personality rights in favour of the drafting supplier. Therefore, it tries to stabilize and identify the relevant aspects of the legal discipline of the rights insert in the contract's object: image rights, the right to a name, right of privacy, and author's moral rights, and also the contract's classification and categories, that is: adhesion contract, consumer contract and digital contract. Having these normative presuppositions checked, the work faces the problem of validity about the referred authorization clauses, opposing them to a variety of legal institutes able to give rise to their invalidity in Brazilian legal system, intending to solve, definitely, the question of existence and extension of these invalidities.

Palavras-chave: Contracts; personality rights; validity; digital social networks; law of consumer protection.

SUMÁRIO

1. Introdução.....	p. 7
2. Direitos da Personalidade.....	p. 8
2.1. Direito à Imagem.....	p. 11
2.2. Direito à Privacidade.....	p. 13
2.3. Direito ao Nome.....	p. 16
2.4. Direitos Extrapatrimoniais de Autor.....	p. 18
3. Disciplina Contratual dos Termos de Adesão.....	p. 20
3.1. Os Termos de Adesão como Contratos de Consumo.....	p. 24
3.2. Os Termos de Adesão como Contratos Digitais.....	p. 25
3.3. Os Termos de Adesão como Contratos de Adesão.....	p. 29
4. As Cláusulas que Afetam Direitos da Personalidade.....	p. 32
4.1. O Dever de Informação e As Formalidades do Contrato de Adesão....	p. 36
4.2. O Erro.....	p. 38
4.3. A Abusividade da Cláusula.....	p. 41
4.4. Os Limites à Disponibilidade dos Direitos da Personalidade.....	p. 45
4.5. A Aplicação da Nulidade e a Interpretação dos Termos de Adesão..	p. 51
5. Conclusão.....	p. 55
6. Referências Bibliográficas.....	p. 56
7. Anexos.....	p. 60

1. INTRODUÇÃO

O advento da Revolução Informática e a chegada da sociedade de informação vieram à tona no final do século XX, com a expansão dos meios de comunicação, informação, e também das grandes empresas¹, bem como seu correspondente domínio da economia mundial. Também chamada de “sociedade de redes”, a nova configuração social trouxe a quase padronização do modelo econômico mundial, e, através de seu principal palco, a internet, o avanço do *networking* informático. Afinal, a internet é, efetivamente, uma rede mundial de computadores. Além disso, a economia informática combinou planejamento engenhoso com o surgimento espontâneo de inovações para se tornar a principal fonte de riquezas do mundo.

Obviamente, neste cenário, o direito não permaneceu intocado, vivenciando fenômenos próprios em seu sistema. Um destes foi o da massificação contratual, dado em razão do contrato de adesão se apresentar como modelo mais viável ao atendimento dos interesses e relações econômicas contemporâneas nos mais diversos casos. Nestes contratos que não são realizados face a face, as pessoas são cada vez mais distantes e anônimas. Promove-se a despersonalização do contrato. Cada contratante é apenas um entre milhões, aderindo às mesmas condições, gerais e abstratas.

Talvez um dos contratos mais comuns do dia a dia desta sociedade de informação, e que é produzido especificamente através desta técnica de massificação, é o termo de adesão às redes sociais virtuais. As famosas redes sociais, apesar de comporem importante palco para a tônica das relações humanas de nosso tempo, são apenas mais um produto da engenhosidade de grandes empresas e conglomerados econômicos, os chamados “gigantes da internet”, tais como Google Inc., Facebook Inc., entre outros.

Não bastasse os termos de adesão apresentarem características bastante próprias dado serem contratos realizados por adesão, no microssistema jurídico do consumidor e em plataforma digital, eles ainda estipulam uma contraprestação à disponibilização do serviço de rede social a que o direito reserva um olhar bastante cuidadoso: a criação de uma licença para uso de alguns direitos da personalidade do usuário. Sendo estes direitos todos aqueles relacionados à construção de um

1 CAPRA, Fritjoff. *Conexões Ocultas*. 2002, p. 130

perfil digital, pelo qual o sujeito expõe seu nome, sua imagem, seus pensamentos, seus posicionamentos, suas criações, em suma, todos os dados que deseje tornar acessível a um grupo de indivíduos limitados ou não.

A presente monografia tem como objeto a análise da cessão de faculdades inerentes aos direitos da personalidade através do contrato de adesão firmado com as empresas que fornecem o serviço de rede social virtual. Antes, porém, de realizá-la de forma definitiva, estabeleceremos os pressupostos normativos aplicáveis aos direitos da personalidade e aos tipos de contratos e formas de contratação em que se encaixam os termos de adesão que aqui se estudam.

2. DOS DIREITOS DA PERSONALIDADE

Com o período pós-guerras mundiais e a evidente ameaça à condição humana, o direito civil passou por um processo de constitucionalização. Princípios fundamentais de diversos ramos do direito foram elevados ao patamar de normas-princípios em nível constitucional, passando a possuir caráter normativo e valorativo-axiológico. Isto com o intuito de proteger o indivíduo humano da ameaça, não somente das entidades públicas, mas também das entidades privadas.²

Nesta toada, elevou-se o princípio da dignidade da pessoa humana à centralidade do direito civil. Pelo viés constitucionalizado, a dignidade da pessoa irradia por todo o ordenamento, buscando efetivar a plena realização da pessoa e os valores de justiça social³. Assim, colocaram-se em foco os valores extrapatrimoniais, inerentes a esta realização, em detrimento dos patrimoniais.⁴

No cenário brasileiro, a consagração da dignidade da pessoa humana no art. 1º, inciso III, da Constituição de 88, foi entendida não apenas como a aderência a um movimento global de constitucionalização do direito civil, mas também como a adoção de um cláusula geral de proteção aos direitos da personalidade⁵. Podemos definí-los como os meios jurídicos necessários para a tutela do direito ao livre desenvolvimento da personalidade do ser humano e da valorização de sua dignidade.

2 MORAES, Maria Celina Bodin de. Danos à Pessoa Humana: Uma leitura civil-constitucional dos danos morais. 2003, p. 68.

3 SZANIAWSKI, Elimar. Direitos da Personalidade e Sua Tutela. 2005, p. 126.

4 MORAES, Maria Celina Bodin de. Danos à Pessoa Humana: Uma leitura civil-constitucional dos danos morais. 2003, p. 75.

5 SZANIAWSKI, Elimar. Direitos da Personalidade e Sua Tutela. 2005, p. 120.

Atualmente, firmou-se o entendimento de que tais direitos não seguem o princípio da tipicidade, e, portanto, não se limitam apenas aos tipos estabelecidos expressamente pela Constituição ou por leis de menor patamar⁶. A personalidade, fenômeno complexo que é⁷, quando traduzida como valor sistemático do ordenamento jurídico, tutela a própria pessoa, e como o valor “pessoa” é infinito, sujeito a constantes mudanças e evoluções, e não quantificável, também tendem ao infinito suas emanações⁸. Algumas destas, porém, por questão de política legislativa, receberam especial atenção do legislador pátrio⁹.

Não se pretende aqui realizar um apanhado de todos os direitos da personalidade, em razão da tarefa, por definição, ser impossível. Concentraremos, então, apenas naqueles que se encontram afetados pelo fenômeno das contratações em massa nos serviços de rede social, mormente: a) o direito à imagem; b) o direito à privacidade (e em sua dimensão mais restrita, o direito a intimidade); c) o direito ao nome; e d) os direitos extrapatrimoniais de autor.

Ainda assim, tratando da categoria de forma geral, é pertinente que apontemos a natureza jurídica dos referidos direitos e as suas características mais relevantes para este trabalho.

Quanto à natureza, aponta o Professor Elimar Szaniawski que a doutrina majoritária, tanto nacional quanto em direito comparado, adere à tese de que a categoria encontra-se no âmbito dos direitos subjetivos¹⁰. Direitos estes, compreendidos como aqueles que respeitam a incidência da vontade do sujeito sobre a tutela de seu interesse, neste caso, moral. Acrescenta ainda, Maria Celina Bodin de Moraes, em razão da ideia de solidariedade atribuída pelo princípio da dignidade da pessoa, que estes direitos devem estar em consonância também com o interesse social, além do individual¹¹.

Quanto às características, importa-nos saber se os direitos da personalidades podem ser alienados, cedidos ou renunciados por via contratual, vale dizer, pela vontade do titular do próprio direito, e se possível, em que grau e de que forma.

6 MORAES, Maria Celina Bodin de. Danos à Pessoa Humana: Uma leitura civil-constitucional dos danos morais. 2003, p. 117-118.

7 SZANIAWSKI, Elimar. Direitos da Personalidade e Sua Tutela. 2005, p. 114.

8 MORAES, Maria Celina Bodin de. Danos à Pessoa Humana: Uma leitura civil-constitucional dos danos morais. 2003, p. 121.

9 SZANIAWSKI, Elimar. Direitos da Personalidade e Sua Tutela. 2005, p. 128.

10 Idem, p. 80.

11 MORAES, Maria Celina Bodin de. Danos à Pessoa Humana: Uma leitura civil-constitucional dos danos morais. 2003, p. 106.

Sabe-se que nos primórdios dos estudos os direitos da personalidade, em consonância com a teoria patrimonialista e o liberalismo clássico, poderiam ser alienados, já que qualquer renúncia do homem, mesmo a seus direitos mais essenciais, desde que não agredisse o próximo, era considerada legítima, eis que livre manifestação de vontade¹².

Não perdura tal entendimento. A própria legislação civil, embora criticável em vários aspectos, no que se refere à regulação dos direitos da personalidade, estabelece logo ao art. 11 que são “intransmissíveis e irrenunciáveis, não podendo o seu exercício sofrer limitação voluntária.” A literalidade do artigo, em si, é imperfeita. A irrenunciabilidade, neste caso, quer dizer que o titular dos direitos não pode deles despedir-se em caráter permanente, eis que considerados atributos essenciais à própria condição humana¹³. Exagera ainda mais ao vedar qualquer limitação voluntária.

Tome-se como exemplo, os contratos e cláusulas que aqui pretende-se analisar: certo é, que milhares de internautas, ao aderir a uma plataforma de interação social através da exposição de “perfis” que revelam diversas e variadas informações próprias, estão limitando espontaneamente seu direito a privacidade (ao menos na dimensão primária e original do mesmo). É um erro de ponto de vista. A ordem jurídica não se coloca irrestritamente contra a vontade do indivíduo, mas a favor da realização da dignidade do mesmo. Cabe aqui, citar Anderson Schreiber¹⁴:

“Em outras palavras: a autolimitação ao exercício dos direitos da personalidade deve ser admitida pela ordem jurídica quando atenda genuinamente ao propósito de realização da personalidade do seu titular. Deve, ao contrário, ser repelida sempre que guiada por interesses que não estão própria ou imediatamente voltados à realização da dignidade daquela pessoa.”

Em suma, isto quer dizer que a autolimitação da personalidade é uma situação que deverá ser analisada conforme o caso concreto, onde será ponderado o interesse da pessoa, a efetiva realização de sua personalidade, e outros interesses de cunho social coexistentes, conforme o bem que proteja o direito especificamente considerado. Para tal análise, apontam-se os seguintes parâmetros,

12 Assim interpreta-se de: SCHREIBER, Anderson. Direitos da Personalidade. 2013, p. 4.

13 Idem, p. 24.

14 Idem, p. 27.

a fim de determinar a legitimidade da limitação: a) o alcance; b) a duração; c) a intensidade; e d) a finalidade da mesma.

Os aspectos de alcance e duração remetem à vedação de estabelecimento de restrição a todo o conteúdo de um direito próprio, ou a parte dele de forma perpétua, eis que compreende-se que ao fazê-lo, o titular do direito acabaria promovendo o esvaziamento de seu conteúdo, equiparando-se tal ato à renúncia. Vai neste sentido o Enunciado n.º4 da I Jornada de Direito Civil do Centro de Estudos Judiciários da Justiça Federal¹⁵, mostrando, ao menos, uma inclinação da jurisprudência em seguir tal premissa. Por sua vez, o fator de intensidade se refere ao grau de restrição imposto ao exercício do direito, enquanto a finalidade, que se busca, deve ser aquela que satisfaz o interesse e a dignidade do titular dos direitos tutelados¹⁶.

Definidas estas premissas, passamos à descrição dos direitos especiais da personalidade que visamos considerar na análise das cláusulas que compõem o objeto deste trabalho, a fim de que possamos identificá-los devidamente, ao momento em que se apresentarem.

2.1. DIREITO À IMAGEM

O direito à imagem, ou à própria imagem, é direito que não se estabeleceu expressamente na Constituição Federal, embora adotemos aqui a concepção da dignidade da pessoa humana como cláusula geral de proteção de todas as manifestações da personalidade que eventualmente possam configurar direitos. Não obstante, o art. 20 do Código Civil¹⁷ trouxe a baila a tutela deste direito. Esta tutela, porém, pela letra do dispositivo, acabaria condicionada à lesão da honra.

Ocorre que atualmente entende-se que o direito à imagem é direito autônomo, confirmado pela própria jurisprudência do Supremo Tribunal Federal¹⁸, que concede

15 É o enunciado, de forma bastante clara: “O exercício dos direitos da personalidade pode sofrer limitação voluntária, desde que não seja permanente nem geral.”

16 SCHREIBER, Anderson. Direitos da Personalidade. 2013, p. 28.

17 “Art. 20. Salvo se autorizadas, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais.”

18 Assim observamos em BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Acórdão em RE n.º 508267 DF. Ministro Rel. Joaquim Barbosa, julgado em 10.08.2010, publicado em 25.08.2010. Disponível em <<http://stf.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/15912326/recurso-extraordinario-re-508267-df-stf>>, acesso em 15.11.2016, às 23:00. É trecho do acórdão, *in verbis*: “1. O direito à imagem possui conteúdo moral,

à pessoa o controle sobre a captação não autorizada de qualquer forma sensível de reprodução da sua individualidade, através de quaisquer meios, fotográficos, artísticos, digitais ou outros¹⁹.

Este direito não se apresenta como absoluto e, apesar de vigorar a regra da autorização, seja expressa ou tácita, para legitimar seu uso, cabe a exceção através de diversos interesses constitucionalmente protegidos a fim de justificar a divulgação desautorizada da imagem alheia. Nestes casos, usar-se-á a técnica de ponderação de princípios.

Desta forma, buscou-se determinar que parâmetros deveriam ser analisados a fim de verificar se o uso da imagem alheia é legítimo ou não. Dentre estes, os primeiros apontados foram os do lugar público e da “pessoa pública”. Aquele remete à captação da imagem do indivíduo enquanto parte de um fenômeno coletivo, uma exposição de sua pessoa em local de acesso público, enquanto este se refere a um grau de interesse público ao acesso da imagem de uma pessoa célebre ou notória.

De toda forma, conclui-se que estes parâmetros são insuficientes. Observe-se, a exemplo, o lançamento da imagem da pessoa à internet. Embora espaço digital e, portanto, imaterial, a internet é reconhecidamente um local público, a cujo acesso irrestrito é reconhecidamente um direito de todos, conforme estabelecido pelo Marco Civil da Internet, Lei 12.965, de 23.04.2014²⁰. Nem por isso o mero *upload* de uma fotografia própria importa autorização a qualquer um que possa vê-la e “baixá-la” para empregá-la para os fins que lhe convierem.

Aponta Schreiber outros parâmetros, mais adequados à análise casuística do uso de imagem²¹:

“Para aferir a intensidade do sacrifício imposto ao direito de imagem, cumpre verificar: (i) o grau de consciência do retratado em relação à possibilidade de captação da sua imagem no contexto onde foi extraída; (ii) o grau de identificação do retratado na imagem veiculada; (iii) a amplitude da exposição do retratado; e (iv) a natureza e o grau de repercussão do meio pelo qual se dá a divulgação da imagem.”

porquanto se insere no rol dos direitos da personalidade. 2. Para sua violação é necessário apenas o uso indevido, independente de estar vinculada a contexto ofensivo, eis que se caracteriza como direito autônomo, estando desatrelado de eventual mácula à honra, à vida privada ou à intimidade.”

19 SCHREIBER, Anderson. Direitos da Personalidade. 2013, p. 106.

20 “Art. 4º. A disciplina do uso da internet no Brasil tem por objetivo a promoção: I – do direito de acesso à internet de todos; (...)”

21 Idem, p. 114.

Tais parâmetros refletem com maior fidelidade a dimensão de realização da dignidade e a real vontade do indivíduo para com o uso de sua imagem. Ressalte-se que no caso do direito à imagem ser confrontado por outro direito de igual patamar constitucional, este também conterà seus próprios parâmetros a serem analisados por ocasião da situação concreta²².

O citado art. 20 de Código Civil veda o uso não autorizado da imagem para fins comerciais. Deduz-se que a intenção do legislador era vedar qualquer espécie de uso econômico não autorizado da imagem. Mas mesmo esta interpretação extensiva não é suficiente, vez que não apenas com finalidade econômica pode-se aproveitar do uso de imagem alheia²³. Nos casos em pauta neste trabalho deparamo-nos com variadas finalidades econômicas atribuídas às autorizações que não se limitam à atividade diretamente comercial, mas abrangem o planejamento estratégico-administrativo empresarial e, principalmente, o marketing o desenvolvimento dos produtos e serviços.

Em todo o caso, as autorizações devem ser interpretadas de forma restritiva, apenas permitindo aquilo a que expressamente se referirem²⁴. Não somente, a autorização também estará sujeita a controle permanente pela ordem jurídica, que constantemente deve verificar o seu adequado uso, buscando, ainda, respeitar ao máximo a intenção do titular do direito ao conceder a respectiva autorização.

2.2. DIREITO À PRIVACIDADE

Consagra o art. 5º, X, da Constituição Federal, a inviolabilidade da intimidade e da vida privada. Aqui, definiremos tal direito conforme o seguinte conceito:

“O direito ao respeito à vida privada consiste no poder determinante que todo indivíduo tem de assegurar a proteção dos interesses extrapatrimoniais através da oposição a uma investigação na vida privada com finalidade de

22 Schreiber indica o direito de liberdade de informação como o mais comum a ser invocado em matéria de ponderação, apontando como parâmetro para realização deste direito através da veiculação de imagem “(i) o grau de utilidade para o público do fato informado por meio da veiculação de imagens; (ii) o grau de atualidade da imagem; (iii) o grau de necessidade da veiculação da imagem para informar o fato; e (iv) o grau de preservação do contexto original onde a imagem foi colhida”. SCHREIBER, Anderson. Direitos da Personalidade. 2013, p. 114.

23 Traz como exemplo, o mesmo autor, a vinculação da imagem de determinada pessoa a uma propaganda eleitoral ou de cunho político. No caso, promove-se igualmente a disposição da imagem de outrém em busca de um benefício pessoal, sob pena de associar-lhe a ideia, posicionamento ou fato com o qual não está associado na realidade.

24 SCHREIBER, Anderson. Direitos da Personalidade. 2013, p. 118-119.

assegurar a liberdade e a paz da vida pessoal e familiar. Ainda há o dever jurídico em relação a terceiros, de não se imiscuir na vida privada alheia, nem divulgar os segredos acaso obtidos.”²⁵

O art. 21 do Código Civil repete a Constituição, e somado ao art. 11 do mesmo, determina que, como os demais direitos da personalidade, a privacidade não pode sofrer qualquer “limitação voluntária”. Logo relembramos que estes artigos não devem ser considerados em sua literalidade, sobretudo considerando que o direito à privacidade passou por importantes evoluções ao longo do tempo. Claro é que na era dos *Reality Shows* e das exposições virtuais, a privacidade pode ser restringida por seu próprio titular, muitas vezes para seu próprio proveito econômico. Quanto a isto não há óbice, desde que não se fira a dignidade da pessoa humana e o próprio direito à privacidade.

Inicialmente, o direito à privacidade correspondia a um direito de ser deixado sozinho, implicando um dever geral de abstenção que protegia a vida íntima, familiar e pessoal de cada ser humano. Com o passar do tempo, porém, ganhou uma nova dimensão, muito mais ampla na atual sociedade de informação: a de direito à proteção dos dados e informações pessoais²⁶.

Há se falar em duas dimensões da proteção de dados. Uma primeira, procedimental, se ocupa de como o dado é obtido. Aqui podemos falar em coleta de informação e invasão de privacidade. Tornou-se praticamente impossível viver em sociedade sem conceder, quase diariamente, uma série mínima de informações. As próprias redes sociais requerem, para fins de cadastro, uma gama variada de informações do indivíduo: nome, sobrenome, endereço de e-mail, gênero, cidade onde habita, profissão, lugares que frequenta ou onde estuda, e muitas outras²⁷. É de conhecimento geral, que algumas das empresas que administram estas plataformas, recebem parte de sua receita da venda de informações em bloco, na forma de perfis de usuários, a exemplo do próprio Facebook.

Para a liberação de dados, há ênfase, mais uma vez, na regra da autorização. A privacidade, porém, pode ser afastada pela colisão com outros interesses constitucionais, ou ser limitada enquanto lesiva à própria dignidade do indivíduo, o

25 SZANIAWSKI, Elimar. Direitos da Personalidade e Sua Tutela. 2005, p. 325.

26 SCHREIBER, Anderson. Direitos da Personalidade. 2013, p. 134-135.

27 Dentre os dados coletados, merecem tutela mais intensa, em razão de sua maior proximidade do princípio da dignidade da pessoa humana, aqueles de caráter mais sensível, como religião, posição política, informações sobre saúde e outras mais íntimas. Neste sentido: SCHREIBER, Anderson. Direitos da Personalidade. 2013, p. 158-159.

que desvirtuaria seu emprego²⁸. Ao passo do que foi dito quanto ao direito de imagem, diversos parâmetros seriam melhor adotados para a resolução dos casos concretos, como, por exemplo, a conduta do titular do direito antes do sacrifício de sua privacidade²⁹, ou então a conduta do suposto violador. A jurisprudência demonstra claramente a utilização de parâmetros mais sensíveis³⁰, acompanhando os doutrinadores em evitar o uso do “lugar público” e da “pessoa pública”.

Há que se deixar claro: o fornecimento de determinado dado não importa a sua alienação. Não é direito de propriedade, mas sim extrapatrimonial, sujeito, como o direito de imagem, a uma finalidade determinada. Utilizado o dado fora da operação econômica para qual foi concedido, por exemplo, o ato que daí se origina está eivado de ilicitude³¹.

Aí encontra-se a próxima dimensão da privacidade, substancial, que remete ao emprego da informação. Esta dimensão traz uma faculdade ao titular do direito, que é a de requerer o acesso e a correção de dados a qualquer banco que repute possuir informações suas. Tal direito foi assegurado, também, através da ação constitucional de Habeas Data, muito relacionada ao direito de privacidade.

Estes bancos de dados estão sujeitos ao princípio da especificação dos propósitos, oriundo da boa-fé objetiva. Quer ele significar que toda criação de bancos ou perfis de dados estará submetida a uma finalidade, que deverá ser informada inequivocamente³². No ramo do direito do consumidor, como há uma

28 SCHREIBER, Anderson. Direitos da Personalidade. 2013, p. 138-139.

29 SZANIAWSKI, Elimar. Direitos da Personalidade e Sua Tutela. 2005, p. 329.

30 Observa-se em BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Acórdão em AgRg no AREsp n.º 606415 RJ. Ministro Rel. Marco Buzzi, julgado em 07.04.2015, publicado em 01.07.2015. Disponível em <<http://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/204398789/agravo-regimental-no-agravo-em-recurso-especial-agrg-no-aresp-606415-rj-2014-0278520-6?ref=juris-tabs>>, acesso em 18.11.2016, às 23:30. É trecho do acórdão, *in verbis*: “2. O aparente confronto entre o direito à informação e à crítica jornalística e os direitos à imagem, à honra e à vida privada somente pode ser harmonizado levando-se em consideração as premissas fáticas do caso. 3. A liberdade de expressão, compreendendo a informação, a opinião e a crítica jornalística, por não ser absoluta, encontra algumas limitações ao seu exercício, compatíveis com o regime democrático, quais sejam: (I) o compromisso ético com a informação verossímil; (II) a preservação dos chamados direitos da personalidade, entre os quais incluem-se os direitos à honra, à imagem, à privacidade e à intimidade; e (III) a vedação de veiculação de crítica jornalística com intuito de difamar, injuriar ou caluniar a pessoa (*animus injuriandi vel diffamandi*) - (REsp 801.109/DF). 4. A utilização de qualificativo, per se, objetivamente ofensivo à honra descaracteriza o “*animus narrandi*” e o “*animus criticandi*”, pois extrapola os limites da crítica para ingressar no ataque à honra.”

Neste caso, adotou-se a finalidade empregada na conduta do transgressor (empresa jornalística) ao realizar a violação ao direito à privacidade de outrém como parâmetro para descartar a ponderação com os valores oriundos da liberdade de expressão e de imprensa, tendo o ato sido descaracterizado por possuir mera intenção de difamar.

31 SCHREIBER, Anderson. Direitos da Personalidade. 2013, p. 139.

32 Idem, p. 157.

especial sujeição do mesmo, cujas informações podem orientar as estratégias do fornecedor, voltando estas a repercutir na própria prestação do serviço, há especial proteção advinda do Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 43³³.

Alguns reputam também, que o direito a privacidade abrange outros mais específicos, como o direito à intimidade e o direito ao segredo³⁴. Pode-se dizer que a intimidade protege uma esfera mais restrita da própria privacidade. Alguns chegam até mesmo a acrescentar que, no caso das pessoas ditas públicas, a esfera que se deve considerar investigável é a da privacidade, sendo a da intimidade reservada ao seu direito de solidão. Relembremos, porém que este critério é bastante vago.

De toda forma, sendo a intimidade direito que corresponde a esfera ainda mais próxima da personalidade, da dignidade do indivíduo, claro é que ela merece proteção mais rigorosa, quando verificar-se atentado à mesma.

2.3. DIREITO AO NOME

Trata-se o nome de instrumento historicamente utilizado pela segurança coletiva a fim de garantir a perfeita identificação de cada indivíduo³⁵. Com o reconhecimento da dignidade da pessoa humana como princípio fundante do ordenamento jurídico, porém, o nome adquiriu sua dimensão de direito da personalidade, consubstanciando símbolo primeiro de autoidentificação e autodeterminação da pessoa.

Neste sentido de identidade pessoal, o direito ao nome possui sentido muito mais amplo. Passa a proteger a própria singularidade do indivíduo em seu meio

33 “Art. 43. O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes.

§ 1º Os cadastros e dados de consumidores devem ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão, não podendo conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos.

§ 2º A abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo deverá ser comunicada por escrito ao consumidor, quando não solicitada por ele.

§ 3º O consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas.

§ 4º Os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores, os serviços de proteção ao crédito e congêneres são considerados entidades de caráter público.

§ 5º Consumada a prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor, não serão fornecidas, pelos respectivos Sistemas de Proteção ao Crédito, quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores.”

34 SZANIAWSKI, Elimar. Direitos da Personalidade e Sua Tutela. 2005, p. 294-299.

35 SCHREIBER, Anderson. Direitos da Personalidade. 2013, p. 189.

social, destacando os traços que lhe são próprios, que o tornam efetivamente quem é. Tal atributo deve ser visto conforme suas perspectivas funcionais e dinâmicas, buscando promover uma fidedigna representação de seu titular. Vale dizer, neste sentido, que a pessoa é seu nome³⁶. A mera associação do nome de alguém a uma ideia ou fato, causa enormes repercussões para aquele que o detem.

São apontadas três faculdades decorrentes do direito ao nome: a) a de ter um nome, que corresponde a um dever dos pais de registrar o nome do indivíduo logo após o nascimento; b) o direito de interferir no próprio nome, que identifica o nome como espaço de autodeterminação da pessoa para fins de que ela o altere de forma a corresponder a sua própria personalidade; e c) o direito de impedir o uso indevido do nome por terceiros. Esta, para o presente trabalho, é a que nos mais interessa.³⁷

O Código Civil ao tutelar o nome incorreu, novamente, no erro de desprezar a autonomia de um direito da personalidade, deixando-o submetido, em decorrência de seu art. 17³⁸, à lesão à honra. Não apenas, mas sugeriu que o nome não pode nunca se sujeitar ao desprezo público, hipótese que não se configura na realidade, em que uma notícia sobre dada pessoa vinculando seu nome, digamos a um crime, deve ser veiculada, e necessariamente a exporá ao desprezo público. Nem por isso há violação do direito ao nome, eis que ligado diretamente a fato de interesse público sujeito ao direito de acesso a informação.

O nome, como os demais direitos da personalidade, adota como regra a autorização para fins de utilização³⁹. Sobre isto, dispôs simplesmente, e de forma muito limitada, o art. 18 do Código Civil, vedando o uso não autorizado do nome em propaganda comercial. Este artigo deve ser, porém, interpretado de forma meramente exemplificativa, e sua disciplina deve se estender e abarcar todas as formas não autorizadas do uso do nome, seja econômico, ou em outra modalidade de propaganda (e.g. Eleitoral). Mas não de forma absoluta, pois sujeita-se também à regra de ponderação quando em conflito com outros direitos constitucionalmente assegurados.

Ainda quanto à autorização, a mesma deve ser sempre destinada a uma finalidade específica, que deverá ser verificada e seguida pontualmente, em razão

36 Idem, p. 213-217.

37 Idem, p. 192.

38 "Art. 17. O nome da pessoa não pode ser empregado por outrem em publicações ou representações que a exponham ao desprezo público, ainda que não haja intenção difamatória."

39 SCHREIBER, Anderson. Direitos da Personalidade. 2013, p. 193.

da busca de máxima realização dos interesses extrapatrimoniais do indivíduo e da invalidade da autorização geral e irrestrita do uso do nome, que se assemelha à própria renúncia ao direito⁴⁰.

Devemos notar, por fim, uma extensão do direito ao nome que cobre também o pseudônimo. É consagrado no art. 19 que este goza da mesma proteção que se dá àquele. Isto decorre de, por vezes, o pseudônimo ser mais notório e imediatamente associável à identidade da pessoa. Na internet isto não é diferente. Os usuários apresentam-se através de um *nickname* que substitui seu nome real, às vezes nem mesmo requerido para fins de cadastro. Sob esta determinação é que eles irão compartilhar seu conteúdo, e ela também poderá ser vinculada a diversos fatos por meio de disposições negociais.

Muitos integrantes de uma nova onda de celebridades virtuais são conhecidos apenas por esta forma de pseudônimo. Exercendo-o de forma pública e notória, possuem as prerrogativas supracitadas referentes ao nome, sobretudo de impedir o uso alheio. Mais uma vez, o âmbito dos direitos da personalidade mostra-se vinculado a uma necessária casuística, eis que muito próximo da própria esfera de individualidade e intimidade da pessoa.

2.4. DIREITOS EXTRAPATRIMONIAIS DE AUTOR

Há, logo em um primeiro momento, uma controvérsia quanto ao pertencimento dos direitos extrapatrimoniais do autor à categoria dos direitos da personalidade. Isto porque nem toda pessoa receberá a proteção destes direitos, mas apenas aquelas que se tornarem, de fato, autores. Não são, portanto, direitos natos, como os demais direitos da categoria. Não obstante, reconhece-se que possuem caráter moral, são irrenunciáveis e inalienáveis, o que leva a maioria da doutrina a concordar com sua inclusão no rol destes direitos especiais.⁴¹

O direito do autor, desde sua origem, possui natureza jurídica controversa, que se perpassa por três momentos: a) de propriedade; b) de direito da personalidade; e c) de licença administrativa apta a garantir monopólio sobre as faculdades de determinado bem imaterial⁴². Aqui nos interessa principalmente, mas não apenas, a dimensão do direito do autor como direito da personalidade.

40 Idem, p. 197.

41 Idem, p. 209.

42 LORENZETTI, Ricardo Luiz. Comércio Eletrônico. 2004, p. 178.

Compreende-se, porém, que a própria noção de “propriedade intelectual” e o direito autoral correspondente são criações puramente legais. Vale dizer, que a disposição em lei, delimitará o objeto da propriedade e do direito. Em sede constitucional, o direito autoral, inscrito no art. 5º, inciso XXVII, da Constituição Federal de 88, refere-se às faculdades concernentes ao autor sobre suas próprias obras, sendo elas de: reivindicar e reconhecer sua autoria, decidir sobre sua circulação e conservação como obra inédita, modificar, adotar medidas à proteção e integridade, além de uso, fruição e disposição. O mesmo artigo, em seu inciso XXVIII, “b”, determina a fiscalização e o proveito econômico aos autores de suas obras.

O legislador infraconstitucional, por sua vez, define na lei 9.610 de 1998 quais são as obras protegidas pelo direito do autor, entre as quais aqui se transcrevem aquelas que são relevantes para o presente trabalho: os textos artísticos, literários ou científicos; as conferências, alocações, sermões e outras obras da mesma natureza; as obras dramáticas ou dramático-musicais; as obras coreográficas ou pantomímicas, cuja execução cênica se fixe por escrito ou qualquer outra forma; as obras fotográficas ou produzidas por qualquer processo análogo à fotografia; as obras de desenho⁴³. Em suma, toda produção, oriunda do esforço intelectual, que se transmita de forma perceptível pelos sentidos.

Podemos afirmar que a proteção do direito autoral baseia-se em determinadas relações e estados jurídicos. Para os fins do presente trabalho, nos interessam, sobretudo, duas destas bases: a) o direito pessoal baseado no contrato que disponha sobre proteção autoral, sendo este oponível apenas à contraparte, não a terceiros; e b) o direito personalíssimo, nos casos em que a obra é expressão da personalidade de seu criador⁴⁴.

Claro é, na doutrina, que há duas dimensões de direitos do autor: uma que corresponde à exploração econômica e outra que corresponde aos aspectos extrapatrimoniais. Naturalmente, ambas possuem características muito diferentes entre si. Enquanto os direitos patrimoniais são livremente transmissíveis, podendo ser renunciados de forma expressa e com duração ilimitada, os direitos

43 Conforme se depreende do rol constante dos incisos do art. 7º da lei de Direito Autoral (9.610/98).

44 LORENZETTI, Ricardo Luiz. Comércio Eletrônico. 2004, p. 177.

extrapatrimoniais são imprescritíveis, inalienáveis, intransferíveis e irrenunciáveis⁴⁵. Assim reforçou-se no art. 27 da Lei 9.610/98⁴⁶.

Cabe esclarecer quais são estes direitos de caráter inalienável e irrenunciável, conforme o rol do art. 24 do mesmo diploma, que o autor possui perante sua obra: o de reivindicar sua autoria; o de ter o nome, pseudônimo ou sinal de identificação anunciado como autor; o de modificá-la; o de assegurar sua integridade, operando atos que resguardem sua própria honra; o de conservá-la inédita; o de retirá-la de circulação ou suspender a mesma quando causar afronta a sua imagem; e o de ter acesso a exemplar raro, para fins de preservação de memória. Assim, a alienação de um dos direitos supracitados seria ilícita, e logo nula, como objeto de ato jurídico.

Eventual ato a fazê-lo poderia consubstanciar-se na figura da cessão, que para o direito autoral é o acordo entre partes com o propósito de alterar a titularidade de uma obra autoral, transferindo os direitos de uma pessoa a outra⁴⁷. Tal negócio poderia ser feito através de um contrato, a exemplo dos próprios termos de serviços das redes sociais, embora não no ordenamento jurídico brasileiro. Diferente é no direito norte-americano, adepto do sistema de *Copyright*, que confere caráter de patrimonialidade às faculdades autorais. Note-se que os termos de cessão aqui estudados foram elaborados nesta racionalidade norte-americana.

Em suma, ocorre que a cessão de direito autoral com base em contrato não pode ultrapassar os limites legais. Tendo isso em mente, cabe posterior análise das cláusulas específicas dos contratos, a fim de verificar se estas transferem direitos autorais oriundos da personalidade.

3. DISCIPLINA CONTRATUAL DOS TERMOS DE ADESÃO

Estabelecida a compreensão acerca dos limites à disposição dos direitos da personalidade mencionados no objeto dos contratos estudados, passa a ser necessário o exame das normas aplicáveis aos contratos em si, de acordo com a sua forma, modo de contratação ou tipo, eis que as diferentes disciplinas jurídicas

45 Neste sentido: LORENZETTI, Ricardo Luiz. Comércio Eletrônico. 2004, p. 191; também MENDES, Gilmar. Curso de Direito Constitucional. 2009, p. 471.

46 “Art. 47. Os direitos morais do autor são inalienáveis e irrenunciáveis.”

47 BARBOSA, Denis Borges. Direitos autorais. 1997, p. 8.

concernentes às variantes contratuais implicam em tratamentos variados na matéria das invalidades.

De forma bastante padronizada, as empresas responsáveis pelo fornecimento das redes sociais virtuais adotam uma técnica específica de contratação. Os serviços são disponibilizados por *softwares*, sejam eles aplicativos ou plataformas estabelecidas em sites, de forma irrestrita a todo consumidor potencial que visite o endereço do domínio ou a lista em uma loja de aplicativos.

De acordo com o conceito sociológico, rede social é todo padrão (sistema) não-linear de organização, que se consubstancia em uma rede de comunicação. Estas comunicações envolvem linguagem simbólica, limites culturais, relações de poder. Além disso, são dotadas de autopoiese. Tal comunicação ocorre em anéis de realimentação (*feedback loops*), produzindo, de forma constante e continuamente sustentada por novas comunicações, um sistema de crenças, valores e explicações. Neste contexto comum de significado, os indivíduos adquirem sua personalidade como membros da rede⁴⁸.

Vejamos que Facebook, Instagram e outros fornecem, através de um contrato de consumo, espaços virtuais para exibição e formação das redes sociais virtuais⁴⁹. Isto quer dizer que a rede social, em sua definição científica, é o próprio serviço disponibilizado por estas empresas, através de um

Software social que, com uma interface amigável, integra recursos além dos da tecnologia de informação. O uso desses recursos gera uma rede em que os membros convidam seus amigos, conhecidos, sócios, clientes, fornecedores e outras pessoas de seus contatos para participar de sua rede, desenvolvendo uma rede de contatos profissional e pessoal, que certamente terá pontos de contato com outras redes. Enfim, são ambientes que possibilitam a formação de grupos de interesses que interagem por meio de relacionamentos comuns.⁵⁰

Com esta interface bastante imersiva, os sites conferem grande liberdade aos consumidores para moldarem seus perfis, apresentando suas diversas informações, seus melhores trabalhos e fotos, suas opiniões e, em suma, suas vidas. Esta dinâmica faz parte da própria cultura criada pela rede social virtual.

48 CAPRA, Fritjoff. *Conexões Ocultas*. 2002, p. 85-86.

49 CRUZ, Ruelandson do Carmo. *Redes sociais virtuais: Premissas teóricas ao estudo em ciência da informação*. 2010.

50 TOMAÉL *apud* CRUZ, Ruelandson do Carmo. *Redes sociais virtuais: Premissas teóricas ao estudo em ciência da informação*. 2010.

Mas a expectativa de liberdade do indivíduo no espaço digital, ilimitado por aspectos físicos e por sua própria realidade fática, em que ele crê poder reinventar-se, inclusive socialmente, é frustrada. Ocorre que se maior é a liberdade de uma única pessoa natural, também é a das grandes entidades. Desta feita, aumenta-se a concentração de poder na internet, o que torna o consumidor mais vulnerável. Como resultado, “O mundo da Internet não é o da soberania do indivíduo, mas sim o da realização de um controle social mais sofisticado.”⁵¹

Ocorre que, em se tratando de uma transposição do próprio sujeito para um ambiente social digital, o mesmo acaba por expor, em espaço cujos limites temporais e territoriais são muito mais flexíveis, quando não inexistentes, vários aspectos de sua personalidade de forma ampla. Aspectos, estes, protegidos juridicamente como direitos subjetivos de caráter fundamental e constitucional. Tal proteção, porém, torna-se mais difícil e limitada na internet, sobretudo quando o titular dos direitos expõe-se de forma deliberada.

Como fornecedoras, as empresas responsáveis pela disponibilização da rede social virtual utilizam instrumento contratual com a finalidade de garantir o armazenamento, uso e controle das informações e dados virtuais lançados por seus usuários. Há, porém, um conflito inerente a esta situação: enquanto as empresas apropriam-se deste conteúdo, buscando torná-lo bem econômico, que utilizam para a realização de suas atividades mercantis e a obtenção de lucro, ele é, para o sujeito que o disponibilizou, a própria extensão de sua personalidade. É bem jurídico, mas não patrimonial. Importa dizer, face o ordenamento jurídico brasileiro, os direitos da personalidade não são passíveis de alienação.

Tendo interesse em aderir ao serviço e participar da rede social virtual, o consumidor passará por um cadastro, no qual registrará informações básicas suas, tais como seu nome real, e-mail para recebimento de informações e manutenção de conta, e o nome pelo qual desejaria ser tratado (*nickname*). Outra opção, seria a transmissão de informações a partir de uma conta em outra rede social já aderida, através de “vinculação de conta”. Para efeitos práticos, ambos os processos são iguais.

O que se sucede a este registro de informações primárias é uma confirmação de “leitura e aceitação dos termos de uso do serviço” e de intenção de cadastro. O contrato, propriamente dito, é firmado neste exato momento. As condições gerais de

51 LORENZETTI, Ricardo Luiz. Comércio Eletrônico. 2004, p. 46-47.

contratação se apresentam acima da sentença que confirma a leitura, ou em sítio ou espaço diverso, conectado à mesma através de hiperligação⁵². Há uma diferença significativa entre mostrar o texto contratual já neste momento e apenas “ocultá-lo ao aberto”, por um redirecionamento. Evidente que o primeiro método contribui mais para com o dever de informação oriundo do princípio da boa-fé objetiva, braço forte das relações consumeiristas. Efetivamente, porém, nenhum dos métodos aplicados nesta contratação garante que o consumidor conhecerá o conteúdo contratual.

Ao *click* no botão de confirmação de cadastro, o aderente expressa sua vontade de contratar de forma gestual. Imediatamente, tem início a prestação de serviço, a partir da qual será disponibilizada a plataforma, e o contratante poderá expor mais informações e conteúdos próprios, a depender do funcionamento específico da interface. Como cliente do serviço, ele tem acesso ao contrato, normalmente guardado através de hiperligação em um painel de controle ou menu de configurações da conta.

Apresentadas estas concepções introdutórias quanto ao momento de criação do vínculo contratual e a forma do mesmo, passamos a identificar e dissecar os aspectos das categorias nas quais o contrato se encaixa, e que tornam a sua regulação bastante específica.

Analisaremos os contratos utilizados por serviços de internet que comportam, dentro dos serviços prestados, o estabelecimento de um perfil de usuário voltado à mostra a um público em diferentes graus, conforme as configurações de privacidade adotadas pelos usuários, de variadas formas de mídia e de informação oriundas do próprio usuário através do compartilhamento digital. Três destes, encontram-se na lista de serviços mais utilizados pelo consumidor brasileiro dentro da categoria⁵³. São analisados os contratos dos serviços das empresas: Facebook, Instagram, Snapchat e Twitter.

52 “Hiperlink – nome que se dá às imagens ou palavras que dão acesso a outro conteúdos em um documento de hipertexto. O hiperlink pode levar a outra parte do mesmo documento ou a outros documentos.” O termo “documentos”, no caso, abrange as páginas da Web, que hospedam os sítios digitais. Neste sentido, define: GURGEL, Floriano do Amaral *apud* LARAPEDIA. Hiperlink. Disponível em <www.larapedia.com/engenharia_e_tecnologia/hiperlink_significado_e_definicao.html>, acesso em 04.11.2016, às 18:00.

53 Assim conforme: BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: hábitos de consumo de Mídia pela população brasileira. Pesquisa realizada por amostragem através do Instituto IBOPE. Aponta entre as redes sociais mais utilizadas pelos entrevistados: Facebook (83% deles); Instagram (8%); e Twitter (5%).

3.1. OS TERMOS DE ADESÃO COMO CONTRATOS DE CONSUMO

A primeira dimensão da análise contratual neste caso deve partir da observação dos elementos gerais do contrato, como categoria de negócio jurídico, os quais se subdividem entre intrínsecos (forma, objeto e circunstâncias negociais), e extrínsecos (agente, tempo e lugar)⁵⁴. Neste tópico releva tratar dos sujeitos.

Os sujeitos ou agentes do contrato são dois. O primeiro deles é uma pessoa jurídica de direito privado, com origem estrangeira, que desenvolve atividade econômica consistente em prestação de serviço do tipo rede social. Evidente, pois, que encaixa-se dentro da definição legal brasileira de fornecedor, constante do Código de Defesa do Consumidor⁵⁵. Sua contraparte, é pessoa física ou jurídica que utiliza o serviço na qualidade de destinatário final, portanto, um consumidor⁵⁶.

O objeto do contrato é uma prestação de serviços, conforme o §2º, art. 3º, do mesmo diploma legal⁵⁷. Quanto a este conceito, há detalhe capaz de suscitar dúvida, referente à remuneração, vez que o serviço prestado não exige contraprestação pecuniária direta, ou qualquer outra que seja explícita ao consumidor médio. Neste caso, admite-se tratar-se de hipótese de remuneração indireta, consistente na prestação de informações e dados, e na veiculação de propagandas, grandes responsáveis pelas rendas dos fornecedores analisados.

Daí já podemos concluir que trata-se de contrato sob a disciplina do direito do consumidor. Há no entanto, um óbice à irrefletida aplicação do Código de Defesa do Consumidor brasileiro, e este remete ao elemento “lugar” dos negócios em questão. Tal assunto será abordado quando verificarem-se as características dos termos da prestação de serviço de rede social como contrato digital a seguir.

É relevante destacar que a classificação enquanto contrato de consumo sustenta todo um sistema de normas de proteção pautadas em diversos princípios, que o tornam mais “social”⁵⁸. Este sistema espraia-se a partir das normas

54 AZEVEDO, Antônio Junqueira de. *Negócio Jurídico: Existência, Validade e Eficácia*. 2002, p. 32-33.

55 “Código de Defesa do Consumidor - Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.”

56 “Código de Defesa do Consumidor – Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza o produto ou serviço como destinatário final.”

57 “Código de Defesa do Consumidor – Art. 3º. § 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes de natureza trabalhista.”

58 BENJAMIN, A. H. V., MARQUES, C. L. & BESSA, L. R. *Manual de direito do consumidor*. 2013, p. 31-32.

constitucionais, dos arts. 5º, XXXII, que estabelece a garantia de proteção ao consumidor em nível de direito individual, e 170, V, que a consagra como princípio da ordem econômica, ambos da CF/88 e ainda o art. 48 do ADCT da referida Constituição, que determinou a elaboração de Código de Defesa do Consumidor.

Este novo ramo do direito, orientado pela própria interpretação da Constituição como sistema, apesar de regular a atuação de entidades privadas, é marcado pela solidariedade e o favorecimento dos vulneráveis (*debilis*), em busca de uma maior igualdade material em termos de contratação⁵⁹. Tal orientação axiológica levou à consagração de extenso rol de direitos aos consumidores: vida, saúde, segurança, liberdade de escolha, boa-fé (informação, transparência, lealdade), eficiência dos serviços e da reparação dos vícios nos mesmo, equidade e acesso à justiça⁶⁰.

Todos estes direitos são aplicados aos contratos analisados no presente trabalho, para os quais a legislação mais importante é o próprio Código de Defesa de Consumidor. Não apenas isto, mas a orientação da interpretação do objeto contratual, a partir do norte do CDC, torna-a muito mais sensível aos problemas de equilíbrio contratual, e aumenta a proteção do contratante mais fraco, ensejando a aplicação de institutos e mandamentos específicos, como adiante se verá.

3.2. OS TERMOS DE ADESÃO COMO CONTRATOS DIGITAIS

Os contratos digitais surgiram com o advento da rede mundial de computadores e logo ganharam espaço no mercado, chegando a compor boa parte

59 Idem, p. 37-38.

60 Como depreende-se do art. 6º do CDC: “Art. 6º. São direitos básicos do consumidor: I – a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas de fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos; II – a educação e divulgação sobre consumo adequado dos produtos e serviços, assegurada a liberdade de escolha e igualdade nas contratações; III – a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; IV – a proteção contra publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos e desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços; V – a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas; VI – a efetiva proteção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos; VII – o acesso aos órgãos judiciários e administrativos, com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção jurídica, administrativa e técnica aos necessitados; VIII – a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências; IX – (*Vetado*); X – a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.”

dos contratos firmados no comércio. O comércio eletrônico não deixou de levantar dúvidas e desafios ao direito, que se deparava com uma nova realidade: atos desempenhados em meio imaterial e de características globais, mas ainda merecedores de roupagem jurídica. Suscitou-se inclusive a hipótese de um espaço sem lei. Tal hipótese, atualmente, é prontamente negada pela doutrina do comércio eletrônico⁶¹.

Independentemente do meio em que se manifestam, a natureza jurídica dos contratos digitais e sua bilateralidade é evidente na forma e na conjunção de vontades⁶². De forma muito simples, são contratos eletrônicos todos aqueles que se dão através de meios eletrônicos, sem necessidade de um suporte físico⁶³.

Partindo deste conceito, os termos de serviço apresentados pelas redes sociais são contratos eletrônicos. Ainda que escritos, os mesmos nunca vêm acompanhados de uma transcrição em papel enviada pela empresa fornecedora, até mesmo em razão da inviabilidade que isto representaria para a atividade.

Conquanto se deem em sítio digital, estes contratos são realizados em meio que não se limita pelas fronteiras físicas que determinam a soberania de cada Estado para aplicar o seu direito. Aqui fazemos um recorte, limitando os contratantes consumidores aos nacionais brasileiros. Desta forma, observamos uma relação entre pessoa nacional e pessoa estrangeira através de meio imaterial.

Para fins de aplicação de direito, a doutrina diverge entre soluções. O V Congresso de Direito do Consumidor Brasileiro concluiu pela aplicação ilimitada do CDC aos casos que envolvem consumidor nacional⁶⁴. A maioria da doutrina consumeirista, porém, é a favor da aplicação da técnica dos elementos de conexão consagrada na Lei de Introdução às Normas de Direito Brasileiro⁶⁵. A justificativa para a impositividade de tal determinação é a consagração da defesa do consumidor como direito de natureza constitucional, tanto uma diretriz da ordem econômica quanto um direito individual⁶⁶.

61 CARVALHO, Ana Paula Gambogi. Contratos via Internet. 2001, p. 59.

62 SILVA, Rosana Ribeiro da. Contratos Eletrônicos. Revista Jus Navigandi, Teresina, ano 4, n. 31, 1º de maio de 1999. Disponível em <<https://jus.com.br/artigos/1794/contratos-eletronicos>>, acesso em 19.11.2016, às 22:00.

63 BACELLAR, Hugo Leonardo Duque. A Proteção Contratual e os Contratos Eletrônicos. 2006, p. 20.

64 MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 2006, p. 123.

65 Idem, p. 140.

66 TAVARES, André Ramos. Direito Constitucional Econômico. 2011, p. 175.

Desta forma, suscita-se que o patamar constitucional torna o princípio de ordem pública e aplicação imediata. Tais características repercutem em matéria de direito constitucional e internacional privado. Em especial a ordem pública, princípio desta última área, que é capaz de impedir a aplicabilidade de direito estrangeiro, segundo Dollinger⁶⁷.

A solução apontada pela Lei de Introdução às Normas de Direito Brasileiro, porém, é dada na forma do elemento de conexão local do proponente⁶⁸, de forma que privilegiaria o fornecedor internacional, parte mais forte em sentido técnico e jurídico. Em última análise, tal decisão, porém é imensamente incoerente. O que não se leva em consideração é que a Lei de Introdução foi postulada muito anteriormente ao Código de Defesa do Consumidor, e, portanto, ainda fixada no paradigma do liberalismo econômico, em contraposição ao dirigismo contratual instaurado pelo diploma de 90.

Em contraposição, Marques aponta soluções que reputa mais adequadas, como a utilização do princípio da aplicação imediata para proteger o jurisdicionado consumidor frente a qualquer situação, utilizando o Código de Defesa do Consumidor⁶⁹. Outra opção, seria a de Boggiano, de aplicar a autonomia da vontade apenas quando a norma escolhida para reger o contrato fosse a mais protetiva para o consumidor, o que deveria ser verificado casuisticamente⁷⁰.

Optamos aqui pela aplicação do Código de Defesa do Consumidor brasileiro, primeiramente por tratarmos de princípio que goza de especial proteção do constituinte. Além disso, afirma Tavares que, à exceção da portuguesa e espanhola, a Constituição brasileira é a única que estabelece o patamar de princípio constitucional direto para a defesa do consumidor⁷¹, de forma que se deduz ser o sistema jurídico mais protetivo, se comparado ao estadunidense, do local dos fornecedores.

Ainda, a característica de digitalidade dos contratos os submete a determinados princípios que resguardam o bom funcionamento do contrato via internet, e que a doutrina aponta, caso não observados, poderiam ensejar a

67 Neste sentido: DOLLINGER, Jacob. Direito Internacional Privado (Parte Geral). 1997, p. 349.

68 “Art. 9º Para qualificar e reger as obrigações, aplicar-se-á a lei do país em que se constituírem. (...)”

§2º – A obrigação resultante do contrato reputa-se constituída no lugar em que residir o proponente.”

69 MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 2006, p. 159.

70 BOGGIANO *apud* MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 2006, p. 142.

71 TAVARES, André Ramos. Direito Constitucional Econômico. 2011, p. 175.

anulabilidade do contrato. Estes princípios são: autenticidade, privacidade, integridade e confidencialidade⁷².

A autenticidade se refere à capacidade jurídica e os meios de confirmá-la na internet. Desta forma, reforça-se que aquele que se encontre dentro das hipóteses dos artigos 3º e 4º do Código Civil⁷³, poderia requerer, por intermédio de capaz responsável, a anulação contratual do termo de serviço, muito embora exista o hábito social de incapazes firmarem o referido contrato, à semelhança do contrato de transporte público.

A privacidade, como já explicado neste trabalho, é direito da personalidade que se busca garantir de forma plena na internet, eis que verificado neste ambiente uma maior possibilidade de ameaça à mesma, advinda do próprio hábito do internauta de abrir mão espontaneamente dela.

Explica Rodotà que, apesar da aparente incompatibilidade com os novos hábitos sociais, em muito consubstanciados no uso das próprias redes sociais, a privacidade, que conflitua com o sigilo ao mais das vezes, não exclui o controle. Quanto maior for a liberação de informação ao público e, sobretudo, a sujeitos econômica e socialmente mais poderosos, tais como empresas e o próprio Estado, maior deve ser o número de instrumentos de que o indivíduo dispõe para controlar estas informações⁷⁴.

Por sua vez, integridade aqui remete à noção de *non-tampering*, isto é, a não adulteração do conteúdo do contrato por terceiros⁷⁵ (por exemplo, modificações realizadas por *hackers*). Parece óbvio dizer que as partes devem ser imediatamente responsáveis pelo conteúdo do contrato, representante manifesto de sua vontade subjetivamente considerada, eis que o mesmo regula a relação entre ambas. No âmbito da internet, porém, os usuários estão constantemente sujeitos a ameaças de diversas finalidades, seja a auferição de benefícios em favor daquele que intervém ilicitamente no conteúdo, de forma fraudulenta, seja pela mera intenção de causar prejuízo.

72 PEIXOTO, Rodney de Castro. O Comércio Eletrônico e os Contratos. 2001, p. 24-31.

73 “Art. 3º São absolutamente incapazes de exercer os atos da vida civil os menores de 16 (dezesseis) anos”

“Art. 4º São incapazes relativamente a certos atos ou à maneira de os exercer: I – os maiores de dezesseis e menores de dezoito anos; II – os ébrios habituais e os viciados em tóxico; III – aqueles que por causa transitória ou permanente não puderem exprimir sua vontade; IV – os pródigos.”

74 RODOTÀ, Stefano. A Vida na Sociedade de Vigilância. 2008, p. 24.

75 BACELLAR, Hugo Leonardo Duque. A Proteção Contratual e os Contratos Eletrônicos. 2006, p. 49-50.

Finalmente, a confidencialidade diz respeito ao não vazamento de informação acerca do conteúdo do contrato para terceiros, geralmente através de encriptação⁷⁶, procedimento comum à segurança dos cartões de crédito fornecidos para fins de contratação digital. Percebe-se que estes últimos aspectos são de caráter mais técnico, embora igualmente necessários.

3.3. OS TERMOS DE ADESÃO COMO CONTRATOS DE ADESÃO

Conforme verificado, estamos tratando de contrato dentro da seara do direito do consumidor. O termo de adesão possui diversas peculiaridades, como se demonstrou, a começar pelo meio em que é criado e executado. Algumas das peculiaridades mais relevantes para os fins deste trabalho, porém, estão no modo como o conteúdo do contrato é definido e no modo como ele é formado para que possa, enfim, gerar direitos.

Quanto aos conteúdos destes contratos, percebemos que apenas uma das partes elabora a totalidade das cláusulas, a parte fornecedora do serviço, que agora veste a roupagem de predisponente do contrato. O consumidor adere a estes “termos” através de um preenchimento de formulário com informações que o identificam na forma de usuário, um subsequente *click* nos quadros “Eu li e aceito os termos de serviço” e outro em “Criar conta” ou semelhante.

Assim, dois institutos do direito precisam ser considerados no caso: as condições gerais de contratos e o contrato de adesão. A qualificação do contrato como materialização de um destes institutos culmina na aplicação de regras próprias, constantes no Código Civil e Código de Defesa do Consumidor. Os mesmos, porém, encontram-se imersos em polêmica e debate, por vezes confundindo-se.

Segundo Orlando Gomes, contrato de adesão⁷⁷

“É o negócio jurídico no qual a participação de um dos sujeitos sucede pela aceitação em bloco de uma série de cláusulas formuladas antecipadamente,

76 “Em linhas gerais, criptografia é o nome que se dá a técnicas que transformam informação inteligível em algo que um agente externo seja incapaz de compreender.” Basicamente, esta encriptação de dados criará um código que não pode ser solucionado sem a chave correta, isto é, sem um orientador interpretativo dos caracteres do código. GARRETT, Felipe. O que é criptografia? Disponível em <<http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/06/o-que-e-criptografia.html>>, acesso em 18.11.2016, às 23:00.

77 GOMES, Orlando. Contrato de Adesão. 1972, p. 3.

de modo geral e abstrato, pela outra parte, para constituir o conteúdo normativo e obrigacional de futuras relações concretas.”

O autor reputa haver no fenômeno de contratação em adesão dois momentos cronológicos distintos, o de elaboração das condições gerais de contratos e o do contrato de adesão. Afirmar, porém, que o segundo é claramente mais importante, vez que não há sentido em elaborar condições de contratação sem vistas a formar um contrato, relegando o primeiro momento à categoria de mero fato da realidade e não fato jurídico⁷⁸.

Discorda dele Paulo Lôbo afirmando que a unitarização do fenômeno é um equívoco gerado pela doutrina francesa, que também pressupõe a debilidade econômica de uma das partes⁷⁹. Resume o contrato de adesão como aquele que “adere às condições gerais de contratação” e afirma que o instituto das condições gerais de contratação importa em ato jurídico em sentido amplo, possuindo, pois, relevância jurídica, e podendo ser avaliado nas dimensões da validade e eficácia.

Cláudia Lima Marques, por sua vez, separa os dois fenômenos, à esteira do que já propunha Lôbo. A autora, porém, diferencia os contratos de adesão dos contratos submetidos a condições gerais de contratação. Afirmar que a segunda classificação abrange a primeira⁸⁰, sendo que aquela tem a peculiaridade de ser necessariamente escrita, enquanto esta não⁸¹.

A opção de nosso Código de Defesa do Consumidor, porém, foi pela expressão “contrato de adesão”⁸², que se consagrou em boa parte da doutrina e jurisprudência.

De toda forma, ambos tipos de contratos possuem a característica de terem todas as suas cláusulas estipuladas por apenas uma das partes, tendo a outra clara limitação em sua vontade contratual.

Tal forma de contratação normalmente se dá em razão de uma situação de hipossuficiência, ou ainda em decorrência de um monopólio (fático ou legal) do fornecedor sobre seu produto. A contrapartida é uma série de deveres legais para o *stipulatorem*, sobretudo quanto ao direito de informação e transparência da parte

78 GOMES, Orlando. Contratos. 2007, p. 134.

79 LÔBO, Paulo Luiz Neto. Condições gerais dos contratos e cláusulas abusivas. 1991, p. 27

80 MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 2006, p. 82.

81 Idem, p. 69.

82 Assim “Art. 54 – Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente o seu conteúdo.”

aderente, vez que interessa, verdadeiramente, a possibilidade de que o aderente venha a conhecer a plenitude do contrato⁸³.

As repercussões jurídicas se darão, entre outras, na forma de mecanismos de reestabelecimento do equilíbrio contratual, tais como prescrições formais para o contrato, vinculação hermenêutica do intérprete do direito a favorecer o aderente em caso de dúvida⁸⁴ e anulação de cláusulas consideradas abusivas, que desequilibram o contrato além do limite tolerável.

Tônica importante para o presente trabalho se refere ao modo da formação dos contratos de adesão e a carga de vontade que afeta os contratos. Entende a doutrina que os contratos de adesão aperfeiçoam-se a partir da adesão. Do momento em que o aderente é conhecido e emite uma declaração de vontade proveniente unicamente de sua vontade de contratar, aceitando as condições impostas pelo predisponente, diz-se que o contrato está formado⁸⁵.

Neste sentido, afirma Lôbo que não há declaração de vontade comum, vez que a vontade contratual presente é toda do estipulador⁸⁶. Gomes diz que é manifestação volitiva a que corresponde à aceitação dos termos dos contratos, mas não se adequa totalmente ao molde de declaração negocial⁸⁷, vez que vale-se apenas da liberdade de contratar e não da liberdade contratual⁸⁸. Não obstante, a opinião do autor coaduna com a de Ripert, para quem o contrato de adesão em nada difere do contrato clássico⁸⁹, de que a adesão implica consentimento válido e de forma hígida, afastando o reconhecimento de um vício permanente de vontade⁹⁰.

Na mesma esteira, Marques afirma que não há liberdade contratual nos contratos submetidos a condições gerais de contratos, e que mesmo a liberdade de contratar é muitas vezes mitigada em razão de monopólios⁹¹. Ainda assim, há um acordo de vontades, mesmo que de vontade mitigada e consubstanciada em conduta social típica, de forma que os contratos repercutem no plano da eficácia⁹².

83 MIRANDA, Custódio da Piedade Ubaldino. Contrato de Adesão. 2002, p. 66.

84 Idem, p. 87.

85 Neste sentido: MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 2006, p. 75. Também GOMES, Orlando. Contrato de Adesão. 1972, p. 20.

86 LÔBO, Paulo Luiz Neto. Contratos no código do consumidor: pressupostos gerais *in* Justitia. São Paulo, 54, outubro/dezembro. 1992, p. 128-136

87 GOMES, Orlando. Contrato de Adesão. 1972, p. 20.

88 Idem, p. 36.

89 MIRANDA, Custódio da Piedade Ubaldino. Contrato de Adesão. 2002, p. 74.

90 Idem, p. 43-44.

91 MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 2006, p. 90.

92 Idem, p. 112.

Finalmente, Miranda afirma que não é pelo consentimento se dar na forma de um mero “sim”, não precedido de negociações, que ele tem menos valor. A única diferença, para o autor, se dará efetivamente no tratamento da cognoscibilidade da totalidade do conteúdo do contrato pelo aderente, e na oponibilidade do mesmo ao predisponente⁹³.

4. AS CLÁUSULAS QUE AFETAM DIREITOS DA PERSONALIDADE

Dando continuidade ao presente trabalho, estando consideradas as peculiaridades dos contratos, partimos para a análise das cláusulas que dispõem acerca de direitos da personalidade. O que se seguirá é uma tentativa, através das hipóteses legalmente previstas, de confirmar a validade das referidas cláusulas, ou negá-la.

Estudamos no presente trabalho os seguintes contratos: Snapchat – Termos de Serviço, 23 de setembro de 2016; Facebook – 30 de janeiro de 2015; Twitter – Terms of Service, January, 27, 2016; e Instagram – 19 de janeiro de 2013. Usaremos como paradigmas neste tipo de contrato analisado, dando maior destaque no presente capítulo, o primeiro por ter uma cláusula de maior liberalidade a favor do predisponente, e consequente desequilíbrio contratual, e o segundo por ter cláusula mais bem delimitada e condizente com a equidade. Ambos estarão anexados ao presente trabalho para consulta (Anexo 01 – Termos do Snapchat; Anexo 02 – Termos do Facebook). Não deixaremos, porém, de referenciar os demais contratos quando for pertinente.

Vale lembrar, que a Internet e seus serviços encontram-se em constante evolução. Nas palavras de Ricardo Lorenzetti, o veículo informacional apresenta como característica uma aceleração histórica⁹⁴. Quer-se dizer com isto que os contratos aqui apresentados podem não ser os vigentes ao momento de leitura do presente trabalho, e empreguem uma tecnicidade contratual ligeiramente diversa da presente.

Apresentamos, enfim, a cláusula emoldurada pelo serviço do Snapchat para fins de autorização de uso de direitos da personalidade:

93 MIRANDA, Custódio da Piedade Ubaldino. Contrato de Adesão. 2002, p. 73.

94 LORENZETTI, Ricardo Luiz. Comércio Eletrônico. 2004, p. 26.

“3. Direitos que você concede a nós

Muitos de nossos Serviços permitem que você crie, carregue, publique, envie, receba e armazene conteúdos. Ao fazê-lo, você mantém todo e qualquer direito de propriedade que já possuía sobre tais conteúdos. Mas você concede a nós uma licença para usar esse conteúdo. A extensão dessa licença depende dos Serviços que você utiliza e das Configurações que você selecionou.

Para todos os Serviços, o Ao Vivo, Local e qualquer outro serviço de *crowdsourcing*, você concede à Snap Inc. uma licença mundial, livre de royalties, sublicenciável e transferível para hospedar, armazenar, utilizar, exibir, reproduzir, modificar, adaptar, editar, publicar e distribuir tal conteúdo. Esta licença tem o propósito limitado de operar, desenvolver, fornecer, promover e aprimorar os Serviços, além de pesquisar e desenvolver novos Serviços.

Como o Ao Vivo, Local e quaisquer outros serviços de *crowdsourcing* são inerentemente públicos e narram assuntos de interesse público, a licença que você concede a nós para os conteúdos enviados a tais Serviços é mais ampla. Além de nos conceder os direitos mencionados no parágrafo anterior, você também concede uma licença perpétua para criar obras derivadas, promover, exibir, transmitir, compartilhar, sublicenciar, executar publicamente e exibir publicamente conteúdo enviado ao Ao Vivo, Local ou qualquer outro Serviço de *crowdsourcing* em qualquer forma e em toda e qualquer mídia ou método de distribuição (hoje conhecidos ou desenvolvidos futuramente). Conforme necessário, quando você cria, carrega, publica, envia ou aparece em conteúdo Ao Vivo, Local ou de qualquer outro de *crowdsourcing*, você também concede à Snap Inc. e aos nossos parceiros de negócios, em âmbito mundial, o direito e licença irrestrita e permanente de utilizar o seu nome, a sua imagem e a sua voz. Isso significa, entre outras coisas, que você não terá direito a nenhuma indenização por parte da Snap Inc. ou de nossos parceiros de negócios caso seu nome, sua imagem e/ou sua voz sejam transmitidos através dos Serviços Ao Vivo, Local ou outros Serviços de *crowdsourcing*, seja no aplicativo Snapchat ou seja na plataformas de um de nossos parceiros.

Para obter mais informações sobre como personalizar quem poderá visualizar seus conteúdos, dê uma olhada na nossa Política de Privacidade e no nosso Site de Suporte.

Embora não sejamos obrigados a fazê-lo, nós podemos acessar, revisar, filtrar e/ou excluir seus conteúdos a qualquer momento e por qualquer motivo, inclusive se acharmos que eles violam estes Termos. Não obstante, você permanece como o único e exclusivo responsável pelos conteúdos que você cria, carrega, publica, envia e/ou armazena através do Serviço.

Os Serviços podem conter anúncios. Em consideração à Snap Inc. por deixar que você acesse e utilize os Serviços, você concorda que nós, nossas afiliadas e nossos parceiros terceiros possamos colocar anúncios nos Serviços. Como os Serviços contêm conteúdo que você e outros usuários nos fornecem, a publicidade pode às vezes aparecer próxima a seu conteúdo.

Nós sempre gostamos muito de ouvir a opinião de nossos usuários. Mas caso você se voluntarie a fornecer comentários e/ou sugestões, esteja ciente de que podemos utilizar suas ideias sem lhe proporcionar qualquer tipo de remuneração.

Observemos nesta cláusula os direitos da personalidade implicados.

Primeiramente, a cláusula diz logo de início que os serviços prestados “permitem que você crie, carregue, publique, envie, receba e armazene conteúdos”, apropriando-se, a partir daí, desta forma abstrata de referir-se ao material veiculado. Sabe-se, porém, que dentro das plataformas selecionadas, os referidos conteúdos podem apresentar-se nos mais diversos formatos, como imagens (fotografias próprias ou não, eis que todos comportam a possibilidade de *upload* de imagens, não se limitando à simples utilização de câmera de dispositivo celular), vídeos, textos e áudios.

Estes conteúdos não necessariamente serão dotados de características de distinção e originalidade que os configurem como verdadeiras criações do intelecto humano dignas de proteção. No entanto, é evidente a possibilidade de isto configurar-se. Ressalte-se que existem, na atualidade, pessoas que efetivamente obtêm seu sustento através da disponibilização de obras em ambiente digital. É clara, pois, a abrangência do texto à disposição de direitos de autor.

Mais à frente, destaca-se:

“Conforme necessário, quando você cria, carrega, publica, envia ou aparece em conteúdo Ao Vivo, Local ou de qualquer outro de *crowdsourcing*, você também concede à Snap Inc. e aos nossos parceiros de negócios, em âmbito mundial, o direito e licença irrestrita e permanente de utilizar o seu nome, a sua imagem e a sua voz.”

Tal trecho refere-se de forma simples a dois outros direitos da personalidade: o direito ao nome, e o direito à própria imagem. Evidente que um serviço cuja finalidade é a apresentação de um perfil pessoal do usuário através de variados formatos de mídia a um público limitado ou não de pessoas em ambiente digital, implicaria o aparecimento de seu nome (ou um possível pseudônimo) e de sua imagem.

Rememoramos aqui que ambos direitos possuem novas definições e dimensões, estando mais profundamente conectados com a dignidade de seu titular. O nome, conforme afirmamos em capítulo próprio, muitas vezes é associado à própria identidade da pessoa que o detem, albergando-a por completo. Por sua vez, a imagem expandiu-se para abranger qualquer aspecto sensível cuja percepção torne possível identificar a pessoa que o titulariza, podendo encaixar-se, também, à voz, por exemplo. Logo, o trecho supracitado da cláusula implicou duplamente o

direito à imagem, em seu sentido original, estrito, mas também em seu sentido amplo.

Finalmente, o direito à privacidade aparece como o menos explícito dentre os afetados. Primeiramente porque alguns dos serviços alegam-se “públicos”, conforme o seguinte: “Como o Ao Vivo, Local e quaisquer outros serviços de *crowdsourcing* são inerentemente públicos e narram assuntos de interesse público, a licença que você concede a nós para os conteúdos enviados a tais Serviços é mais ampla.”

Tal aspecto de publicidade é controverso. As próprias plataformas apresentam, dentro de suas opções de privacidade, a possibilidade de seu usuário disponibilizar o acesso a seu conteúdo apenas àqueles que conhece e/ou autoriza a tanto. Vejamos que o termo “interesse público” alí é definitivamente diverso do conteúdo do termo jurídico a que corresponde⁹⁵, eis que não há como se afirmar, categoricamente, relevante interesse da sociedade como um todo relativo à percepção de informações aleatórias de usuários abstratamente considerados. Mas também, já se explicitou que o aspecto de publicidade acerca de pessoa ou lugar é critério inadequado para autorizar a intromissão na privacidade alheia.

Tomemos portanto, a privacidade a partir de sua nova dimensão, referente ao controle das informações privadas de um indivíduo. Tanto para fins de cadastro, quanto para fins de construção espontânea de perfis, as redes sociais contratadas, utilizam, disponibilizam e armazenam dados referentes a locais de origem e visitados pela pessoa, religião, posicionamento político, trabalho ou estudo, dentre outras diversas informações das mais variadas, muitas vezes contidas em opiniões que o usuário gostaria de partilhar. A coleta destas é suficiente para que sustentemos estar envolvido este direito da personalidade.

Quanto à forma pela qual estes direitos são afetados, o contrato nomeia “concessão de licença”, envolvendo aí diversas faculdades atinentes ao uso e exercício destes direitos da personalidade. Licença, juridicamente, é um contrato não tipificado em nosso ordenamento jurídico, porém reconhecido doutrinariamente, tendo características próprias, sobre as quais falaremos oportunamente. Por sua

95 Celso Antônio Bandeira de Mello define o interesse público, em seu sentido jurídico-administrativo, como a “dimensão pública dos direitos fundamentais”, ou ainda, como “o resultado do conjunto dos interesses que os indivíduos pessoalmente têm quando considerados em sua qualidade como membros da sociedade” (MELLO, Celso Antônio Bandeira de. Curso de Direito Administrativo. 2014). Não há, em razão do conteúdo exposto por eventual usuário, a consagração de direitos fundamentais através de interesses que se voltam para o bem estar da sociedade como um todo, isto é, o benefício coletivo. Por tal motivo, o termo, invocado em instrumento jurídico, é impróprio.

vez, a expressão “concessão” está aqui a representar a cessão de uma faculdade ou parte dela. Interessa-nos saber, se a conjunção destas expressões corresponde ou supera seus significados jurídicos tradicionais e se implica, ou não, a renúncia completa ou alienação de direitos da personalidade.

Sobre a validade, professou Antônio Junqueira de Azevedo, trata-se de qualidade da qual deve ser dotado o negócio jurídico conforme as regras jurídicas, que se verifica em plano de análise que se originou do próprio negócio, como categoria de ato jurídico que importa em manifestação de vontade⁹⁶. Para tanto, foram criadas diversas regras a fim de conferir se tal vontade foi decorrente de processo volitivo, querida em plena consciência da realidade, escolhida de forma livre e deliberada sem má-fé⁹⁷. Procura-se aqui, portanto, analisar estas regras, buscando identificar vícios e irregularidades que as referidas cláusulas possam conter.

4.1.O DEVER DE INFORMAÇÃO E AS FORMALIDADES DO CONTRATO DE ADESÃO

Conforme já nos debruçamos, o presente trabalho trata de contratos de adesão, sendo estes entendidos como aqueles em que apenas uma das partes exerce sua liberdade contratual, isto é, a de delimitar o conteúdo do contrato. Tal unilateralidade implica uma série de deveres à mesma, sobretudo o de informar, adequadamente, este conteúdo. Trata-se de medida que visa reparar a assimetria informacional e trazer maior equidade para o contrato.

Não há se falar em negativa a este direito do aderente pela simples forma de declaração de vontade utilizada de praxe nestes negócios, pelo *click* “Li e Aceito os Termos de Serviço”. Sobre esta situação, importante lição encontramos em Paulo Lôbo⁹⁸:

“A declaração ao final dos contratos de adesão, firmada pelo consumidor de que conhece e compreende todas as cláusulas e condições, que começa a se generalizar, não tem qualquer valor, porque cabe ao fornecedor provar que assegurou os meios para tal, com relação a todos os consumidores em potencial.”

96 AZEVEDO, Antônio Junqueira de. Negócio Jurídico: Existência, Validade e Eficácia. 2002, p. 25.

97 Idem, p. 40-43.

98 LÔBO, Paulo. Contratos no Código do Consumidor: Pressupostos Gerais *in* Justitia, 54, outubro/dezembro. 1992, p. 133.

Dentro destes meios, dispõe o CDC em seu art. 54, §3º que “Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, cujo tamanho da fonte não será inferior ao corpo doze, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor.”. A consequência para o descumprimento da formalidade implica a invalidade do contrato, conforme o ditame do art. 46⁹⁹.

Tal norma advém do dever de informação, fixado no art. 6º, inciso III¹⁰⁰, e espalhado ao longo do Código, e marca um retorno ao formalismo jurídico¹⁰¹, como medida legal apta a regular o mercado de consumo e suas práticas. Este dever, de certa forma, busca promover um resgate da liberdade de contratar, impondo transparência ao mercado de consumo, de forma que o consumidor possa verificar as peculiaridades dos contratos que lhe são ofertados por diversos agentes em dado ramo¹⁰². E ainda, embora marque retorno à regulação da forma dos atos jurídicos, o dever de informação supera o aspecto de mero elemento formal do contrato, fazendo parte de sua essência. A informação veiculada, vincula os efeitos que do negócio devem decorrer, e sua ausência, importa em vício do mesmo.

Neste sentido, é necessário, primeiramente, observar que a referida cláusula possui, em mescla, linguagem técnica-jurídica e não técnica. Não apenas linguagem “não técnica”, mas também informal em certos pontos. No nosso exemplo, há um tom claro de conversa, como se percebe pelo emprego da frase “Nós sempre gostamos muito de ouvir a opinião de nossos usuários”. Há também trechos evidentemente explicativos, a exemplo de “Isso significa, entre outras coisas, que você não terá direito a nenhuma indenização por parte da Snap Inc. ou de nossos parceiros de negócios caso seu nome, sua imagem e/ou sua voz sejam transmitidos através dos Serviços (...)”. Além disso, o corpo de texto do contrato apresenta tamanho de fonte 12 no documento original¹⁰³.

99 “Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.”

100 “Art. 6º – São direitos básicos do consumidor:

III – a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;”

101 MIRANDA, Custódio da Piedade Ubaldino. Contrato de Adesão. 2002, p. 79.

102 BENJAMIN, A. H.; MARQUES, C. L. & BESSA, L. R. Manual de Direito do Consumidor. 2013, p. 72.

103 Disponível em <<https://www.snap.com/pt-BR/terms/>>, acesso em 20.11.2016, às 01:00.

Em mesmo sentido vai o contrato da Twitter, Inc., redigido à mesma época do contrato anterior, mostrando clara organização de conteúdo e aspectos explicativos¹⁰⁴. Os outros contratos, mais antigos, possuem estrutura bastante diversa. Ainda assim, o contrato do Facebook atende ao primado pela informação, chegando inclusive a disponibilizar em seu art. 17 “Definições” explicativas dos termos técnicos aplicados nos artigos e parágrafos anteriores.

Diferente é o contrato da Instagram, Inc. que, embora atenda às formalidades explícitas quanto a tamanho dos caracteres, tem estrutura mais confusa e remete a importantes informações da licença para uso de conteúdo apenas pela sua Política de Privacidade, tornando necessário o acesso via hiperligação¹⁰⁵. Frisamos que tal licença consiste na principal contrapartida dos contratos de “Termos de Serviço” em pauta.

Conclui-se, pois, que a aplicação conjunta dos arts. 54, §3º, e 46 do CDC pode não ser suficiente para ensejar a invalidade dos contratos, vez que atendidas as formalidades requeridas, e percebida a intenção do fornecedor de tornar compreensível o conteúdo do contrato que predispõe. O único caso destoante é o do Instagram, qual poderia, a requerimento de aderente que se deparasse com má-compreensão do contrato devido à dificuldade de encontrar a explicação definitiva dos tratamentos de conteúdo pessoal, invocar os aspectos citados acima a fim de afastar sua obrigação.

4.2. O ERRO

Tratado nos arts. 138 e seguintes do Código Civil, o erro é vício de vontade que enseja a anulabilidade do negócio jurídico. Diferente dos demais institutos que tratamos neste capítulo, esta invalidade, enquanto relativa, é qualificada pela lei como menos grave, o que suscita uma situação temporária de indefinição: o ato anulável pode ser confirmado como válido, ou pode-se invocar a determinação de

¹⁰⁴Contrato disponível em <<https://twitter.com/tos?lang=pt>>, acesso em 11.11.2016, às 17:00.

¹⁰⁵Termos de uso disponíveis em <<https://help.instagram.com/47874558852511>>, acesso em 11.11.2016, às 17:10. Política de Privacidade disponível em <<https://help.instagram.com/155833707900388>>, aceso em 11.11.2016, às 17:15.

sua nulidade definitiva. Dada esta natureza, é situação que não pode ser reconhecida de ofício pelo intérprete do direito¹⁰⁶.

Conforme referido anteriormente, com o advento da contratação em massa, muito se discutiu sobre a possibilidade da técnica de contratação por adesão estar fixamente eivada de erro, de modo a inviabilizar a sua utilização. Certo é, porém, que os contratos de adesão são dados da realidade, representando a maioria dos contratos utilizados no mercado de consumo, e a aplicação indiscriminada de erro aos mesmos seria prejudicial à economia como um todo.

No direito brasileiro, admite-se apenas o erro que comporte três pressupostos: essencialidade, escusabilidade e cognoscibilidade. O primeiro pressuposto remete à ideia de que o erro deve ter sido causa (ainda que não exclusiva), para a realização do negócio. A escusabilidade remete a uma dimensão de responsabilidade do declarante pela sua declaração, isto é, o que dele se esperava como padrão de conduta para aquela situação determinada. Finalmente, a cognoscibilidade remete à dimensão de confiança que permeia a declaração, considerando a possibilidade que o declaratório possui de compreender o que foi inserido em negócio¹⁰⁷.

Como tratamos aqui de contrato de adesão, consumo e, sobretudo, digital, o pressuposto mais abordado dentre os três é a cognoscibilidade. Conforme referido no subitem supra, o direito a informação goza de especial proteção na esfera consumeirista, em decorrência de uma presunção de vulnerabilidade e hipossuficiência, que também se manifesta em dimensão informacional. Vulnerabilidade que se incrementa em ambiente digital¹⁰⁸.

Ocorre que em atendimento às práticas de consumo, o Código de Defesa do Consumidor retira o foco do erro, lançando mão de outras maneiras de lidar com a escusabilidade (responsabilidade e padrão de conduta) e a cognoscibilidade (direito a informação), como as cláusulas abusivas e a interpretação favorável ao consumidor e ao aderente¹⁰⁹. Não obstante, nada impede a aplicação do erro como causa de anulação do contrato.

Consideremos que é de conhecimento notório a prática de não leitura dos termos de serviços. Tendo o predisponente, em atendimento às formalidades,

106AZEVEDO, Antônio Junqueira de. *Negócio Jurídico: Existência, Validade e Eficácia*. 2002, p. 64-69.

107MIRANDA, Custódio da Piedade Ubaldino. *Contrato de Adesão*. 2002, p. 82-83.

108LORENZETTI, Ricardo Luiz. *Comércio Eletrônico*. 2004, p. 46.

109MIRANDA, Custódio da Piedade Ubaldino. *Contrato de Adesão*. 2002, p. 85 e 88.

apresentado o conteúdo do contrato de forma inteligível e acessível, não pode o aderente valer-se de sua própria omissão para invalidar uma declaração de vontade sua que poderia ter suprido. Evidente que estamos diante de uma hipótese de indagação de escusabilidade.

Outra situação, porém, é aquela pela qual o aderente é incapaz de compreender o significado das cláusulas a que aderiu. Pontua Miranda¹¹⁰:

“Do mesmo modo, e na medida em que o aderente emite uma declaração de aceitação genérica, tanto mais que não se exige que ele tenha um conhecimento exaustivo e totalmente esclarecido do conteúdo das condições gerais, para que estas, eficazes, lhe sejam oponíveis, nada impede que, incorrendo em erro sobre o real sentido e alcance do conteúdo de tais condições gerais, possa impugnar, por erro, sua declaração de aceitação, também nos termos gerais.”

Neste caso, pode o aderente escusar-se de seu equívoco se identificada acentuada vulnerabilidade, que determina o padrão de conduta que dele se espera.

Pergunta-se: poderia, então, ser alegado o erro quanto à cláusula analisada, a fim de suscitar a invalidade da mesma?

Não de forma puramente objetiva. A possibilidade de alegação do erro depende, neste caso, da perspectiva do próprio sujeito que intencione alegá-la. Tendo o mesmo cometido um erro quanto ao conteúdo do contrato, falhando em compreender o real alcance e sentido da norma, sendo o erro concausa ao motivo da própria contratação, e sendo, ainda, desculpável o seu engano, diante do que dele se espera, é possível a alegação de erro obstativo para fundar a anulação da cláusula.

Embora a linguagem da cláusula seja simples, a mesma, como é natural de instrumento que se destine a regular relação jurídica, não está completamente livre de conceitos técnico-jurídicos, tais como “licença”, “perpétua”, “âmbito” e “sublicenciar”. Todos reportam especificamente à situação de concessão de direitos da personalidade e suas características.

Obviamente que não se exige do homem médio conhecimento acerca das definições e conceitos jurídicos, motivo pelo qual falhando em compreender a extensão dos direitos que concede ao fornecedor da plataforma de rede social, um sujeito determinado poderia alegar erro, fosse o mesmo motivo impeditivo a que fizesse uso dos serviços disponibilizados.

¹¹⁰Idem, p. 92.

Discorda, porém, Paulo Lôbo. Segundo o autor, o emprego de termos técnicos, jurídicos ou simplesmente penosos de se ler gera a ineficácia da cláusula ante o aderente. Além disso, para o mesmo autor, o contrato de adesão não tem vontade constitutiva relevante, de forma que o erro deve ser considerado apenas em aspectos técnicos e objetivos nos contratos digitais. Não em pleno significado do instituto, mas em sua função social, abrangendo, por exemplo, erros de transmissão de informação¹¹¹.

Não parece ser o caso, porém, de análise que se situe no plano da eficácia. Uma vez que os contratos digitais recebem a adesão do consumidor, através da manifestação gestual de *click* em “aceitar os termos”, as cláusulas produzem efeitos independentemente da má compreensão deste. O *software* responsável pelo funcionamento da plataforma já promove automaticamente a coleta de dados do usuário, para todos os efeitos. É, pois, eficaz.

Caso admitamos que o erro pode ser aplicado em casos limitados para os termos de serviços das redes sociais, já aqui, tratamos de uma hipótese de nulidade relativa ou anulabilidade da cláusula, a depender do aderente.

4.3. A ABUSIVIDADE DA CLÁUSULA

A norma que institui as cláusulas abusivas no íterim do CDC é norma imperativa e inafastável, pautada nos fundamentos da justiça social, do reestabelecimento de equidade e da função social do contrato¹¹². Trata-se, por óbvio, de mais uma amostra de dirigismo contratual, substituindo o paradigma da vontade absoluta do contratualismo clássico. Tal norma, porém, consubstanciada no art. 51 da referida lei, optou por não conceituar as cláusulas abusivas, mas apenas apontar rol de casos, com regra geral inclusa, curiosamente, entre seus incisos.

Ausente de conceito legal, este instituto recai para a análise doutrinária, qual realizada através de dois vieses: um subjetivo e outro objetivo. O primeiro percebe a cláusula abusiva como abuso de direito, configurando-a como aquela em que se excedem os limites legais, ou cuja finalidade é deturpada. Por sua vez, o segundo independe da verificação de má-fé ou dolo, concentrando-se em verificar já ao

¹¹¹LÔBO, Paulo. Contratos. 2011, p. 37-38.

¹¹²MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 2006, p. 897-898.

momento da formação do contrato (e também dali em diante), a materialização da vontade dos indivíduos e o equilíbrio entre as partes contratuais. Trata-se de viés mais eficiente, eis que compatível com o fenômeno de massificação contratual.

No nosso sistema jurídico, a cláusula abusiva faz parte do gênero ilicitude¹¹³, sendo sancionada com a mesma consequência dada às próprias cláusulas ilícitas, isto é: a completa nulidade da cláusula que possui tal qualidade¹¹⁴. Tal consequência decorre independente de iniciativa, em homenagem ao caráter de interesse geral da proteção do consumidor e do aderente¹¹⁵. Poderia, portanto, o juiz reconhecer tal situação de ofício ao deparar-se com ela.

Em linhas gerais, podemos afirmar que a cláusula abusiva é aquela gera desequilíbrio, rompe com os deveres decorrentes da boa-fé, prejudica o próprio cerne da contratação ou traz onerosidade excessiva a uma das partes, como se depreende do art. 51, IV¹¹⁶, a dita regra geral contida no CDC. Além disso, Marques identifica, pelos rols dos arts. 51 e 53, três tipos de cláusulas proibidas: a) que impossibilitam, exoneram, atenuam ou implicam renúncia dos novos direitos do consumidor; b) que criem vantagem unilateral ao fornecedor; e c) cláusulas surpresa¹¹⁷.

Estes rols, em que pese não restritivos, também não podem ser compreendidos perfeitamente como sendo meramente exemplificativos. Eles remetem de forma clara a noções centrais e parâmetros das quais deve se apropriar o intérprete, para aplicá-las aos casos concretos. Daí dizer-se que são taxativos, porém com hipóteses implícitas de abusividade além das expressas nos incisos¹¹⁸.

113LÔBO, Paulo. Contratos. 2011, p. 137.

114MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 2006, p. 905.

115Neste sentido concordam: MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 2006, p. 136-137; LÔBO, Paulo. Contratos. 2011, p. 137; e MIRANDA, Custódio da Piedade Ubaldino. Contrato de Adesão. 2002, p. 169.

116“Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: (...) IV – estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade”.

Comina-se a leitura do inciso com a explicação do §1º do mesmo artigo: “§1º. Presume-se exagerada, entre outros casos, a vantagem que: I – ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico a que pertence; II – restringe direitos ou obrigações fundamentais à natureza do contrato, de tal modo a ameaçar seu objeto e equilíbrio contratual; III – se mostra excessivamente onerosa ao consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes, e outras circunstâncias peculiares ao caso.”

117MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 2006, p. 923.

118MIRANDA, Custódio da Piedade Ubaldino. Contrato de Adesão. 2002, p. 210-212.

Dos três grupos, aquele que podemos descartar sem maior profundidade, ao menos para um primeiro momento, é o segundo. Entendamos aqui “vantagem unilateral” como a reserva de uma prerrogativa contratual ordinária apenas ao fornecedor, por exemplo, a faculdade de rescindir o contrato, ou, de outra forma, como a atribuição de uma prerrogativa especial que resulte na completa quebra do sinalagma funcional do contrato, desequilibrando-o¹¹⁹.

Não nos parece que a criação de uma licença para fazer uso do nome, imagem ou criações veiculadas pelas plataformas de rede social, desconsideradas as particularidades do aderente, ou seja, observando a cláusula apenas em sua forma ampla e geral, é dada sem contrapartida. Fato é que a disponibilização da plataforma em si, permitindo o convívio social, é a própria prestação de serviço. Sobretudo em uma sociedade onde dá-se boa dose de importância aos contatos digitais, de forma que eles efetivamente compõem os aspectos relacionais de cada indivíduo. Portanto, restam-nos os demais tipos de cláusulas abusivas.

O tipo “a” está consagrado no art. 51, I, que, em texto amplo, afirma a nulidade de pleno direito de todas as cláusulas que impliquem renúncia ou disposição de direitos. Incorre o legislador, neste caso, em exagero gramatical. Primeiramente porque as circunstâncias negociais de cada contrato referem-se muitas das vezes a disposições de direitos, sem, por tal razão, implicar uma ofensa à boa-fé, equidade, ou criação de vantagem excessiva. Os direitos comportam, em sua própria natureza, a sua disponibilidade e renunciabilidade, sem necessidade da norma referente a cláusulas abusivas para dizê-lo.

Entende, portanto, a doutrina de Marques, que o art. 51, I, tem como objetivo o reforço do caráter impositivo e de ordem pública das normas de consumo, querendo impedir a validade dos direitos que foram expostos no próprio código. Sob esta interpretação, frise-se, restritiva, a cláusula analisada não pode ser considerada abusiva, eis que não dispõe sobre direitos do consumidor, mas direitos comuns a toda pessoa. Não por isso, deixa de ser cláusula que dispõe acerca de direitos em princípio irrenunciáveis, indisponíveis e inalienáveis. Este caráter, porém, estará melhor servido de análise em tópico oportuno que verifique eventual ilicitude da cláusula em razão da natureza dos direitos da personalidade.

119MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 2006, p. 929-930.

Finalmente, as cláusulas supresa são aquelas que, pelas circunstâncias ou pela aparência do contrato, viessem a surpreender o consumidor com um ônus inesperado. Este tipo de abusividade, requer, pois, o desconhecimento do consumidor quanto ao verdadeiro conteúdo do contrato, seja pelo não atendimento a um dever de clareza na informação, seja por outros fatores, concernentes aos aspectos da contratação e deveres secundários de boa-fé.

A pré-autorização da venda de dados e prestação de informações a terceiros pouco têm a ver com a finalidade última do contrato atribuída pelo consumidor, embora seja conhecida fonte de renda do fornecedor do serviço. Não raramente, é completamente desconhecida, sobretudo quando a contratação se dá na forma de adesão. Vindo tal cláusula a autorizar atentado à integridade físico-psíquica do aderente, e violando dever de cuidado para com as informações prestadas, imagem e nome fornecidos, trata-se de cláusula abusiva¹²⁰.

Porém, em uma análise da norma enquanto abstrata, ampla e geral, desconsiderado o aderente e suas particularidades, não é possível concluir pelo aspecto de surpresa da cláusula. O CDC concentra sua tutela ao dever de informação na previsão de formalidades contratuais e no tratamento rigoroso da oferta. Conforme referido quando tratadas as formalidades, não há nenhuma omissão evidente, ou ardil visando a não compreensão dos contratos (em sua maioria), restando atendido o dever de informação. Depende-se, portanto, das circunstâncias de contratação para verificar um especial grau de vulnerabilidade jurídica, econômica e informacional do próprio contratante, e, se necessário, corrigir o desequilíbrio causado pelo desconhecimento do conteúdo do contrato.

Oportunamente, analisaremos ainda neste tópico duas faculdades presentes nos contratos observados: a de sublicenciar e a de transferir a licença de uso dos direitos da personalidade. Podemos vê-las a seguir:

Para todos os Serviços, o Ao Vivo, Local e qualquer outro serviço de *crowdsourcing*, você concede à Snap Inc. uma licença mundial, livre de royalties, sublicenciável e transferível para hospedar, armazenar, utilizar, exibir, reproduzir, modificar, adaptar, editar, publicar e distribuir tal conteúdo. Esta licença tem o propósito limitado de operar, desenvolver, fornecer, promover e aprimorar os Serviços, além de pesquisar e desenvolver novos Serviços. (grifamos)

¹²⁰Idem, p. 1090.

A faculdade de sublicenciar se refere à capacidade do licenciado de realizar nova licença com, no máximo, o mesmo objeto da primeira, desta vez como sublicenciante, em favor de novo licenciado, sem passar pelo crivo do licenciante original. Por sua vez, a transferência é a simples alteração da figura do licenciado para pessoa diversa.

Podemos dizer que ambas as faculdades tornam a referida autorização uma “cláusula-mandato” que implica delcaração ficta de vontade do licenciante, concedendo carta branca ao licenciado para alterar unilateralmente o contrato, falseando o consenso¹²¹. Neste caso, em sua dimensão subjetiva. Isto é, elas permitem a utilização de direitos da personalidade por novos sujeitos, terceiros desconhecidos, que fogem à alçada da vontade do licenciante. Recai-mos aqui, portanto, no tipo “b” de cláusulas abusivas citado, embora a consequência de ilicitude não alcance a totalidade do dispositivo, mas apenas os direitos de sublicenciar e transferir a licença.

Passamos, pois, à última, e talvez mais impactante circunstância a ser analisada no presente trabalho, eis que a própria subsunção da cláusula à consequência de invalidade depende da autorização de ofensa a um direito da personalidade.

4.4. OS LIMITES À DISPONIBILIDADE DOS DIREITOS DA PERSONALIDADE

Chegando ao derradeiro tópico do presente trabalho, precisamos antes relembrar de algumas informações de que nos apropriamos, relativas à autorização para o uso de direitos da personalidade. Verificaremos primeiro os direitos à imagem, privacidade e ao nome, eis que a disciplina cabível a todos é semelhante, e ligeiramente diversa dos direitos extrapatrimoniais de autor, que se observam logo em sequência.

A primeira regra que necessariamente recordamos decorre da “inalienabilidade dos direitos da personalidade”, estabelecida em nosso ordenamento pela determinação de que as autorizações para estes direitos não podem ser extensas, seja em razão de tempo, seja em razão de intensidade de seu

¹²¹Idem, p. 1037-1043.

conteúdo, a ponto de implicar o esvaziamento de um direito da personalidade, isto é, sua renúncia.

Partindo deste pressuposto, temos que eventual autorização para uso dos mesmos deve sempre atender ao princípio da especificação dos propósitos. Não pode, portanto, ser carta branca para que terceiro use direito que é manifestação da própria dignidade de outrem como bem desejar. Além disso, estes direitos somente podem ser mitigados em razão de ponderação com princípios de patamar constitucional ou em função da realização da própria dignidade da pessoa humana. A análise de tal possibilidade deve, pois, ser realizada de forma muito cuidadosa.

Não há que se cogitar de ponderações de direitos de patamar constitucional no presente caso. Estamos considerando aqui o contrato enquanto condição geral, de caráter amplo e abstrato¹²², ou seja, sem que a figura do aderente seja conhecida. De parte do predisponente temos que os interesses são de cunho econômico e visam apenas o lucro e o aperfeiçoamento dos próprios serviços da empresa. Vale dizer que os direitos da personalidade considerados são os maiores valores envolvidos no caso. Lembramos ainda que, mesmo com consumidor determinado, a hipótese de aumentar a liberalidade para com os direitos da personalidade em função de uma realização pessoal da dignidade deste sujeito é hipótese muito rara e restrita.

Analisemos, pois, passo-a-passo, a autorização para disposição dos direitos no contrato do Snapchat:

Para todos os Serviços, o Ao Vivo, Local e qualquer outro serviço de *crowdsourcing*, você concede à Snap Inc. uma licença mundial, livre de royalties, sublicenciável e transferível para hospedar, armazenar, utilizar, exibir, reproduzir, modificar, adaptar, editar, publicar e distribuir tal conteúdo. Esta licença tem o propósito limitado de operar, desenvolver, fornecer, promover e aprimorar os Serviços, além de pesquisar e desenvolver novos Serviços.

Primeiramente, notamos que a licença estabelecida é de caráter global, mostrando a intenção de ser aceita como válida e utilizada sob qualquer ordenamento jurídico. Inobstante tal intenção, recai em matéria de direito internacional privado a aceitação, ou não, do conteúdo do contrato. Como verificado quando tratamos da temática dos contratos digitais, cabe para o contrato realizado com consumidor brasileiro a legislação brasileira, mais protetiva.

¹²²Características típicas dos contratos de adesão, segundo GOMES, Orlando. Contrato de Adesão. 1972, p.3.

Notemos através do trecho “Ao fazê-lo, você mantém todo e qualquer direito de propriedade que já possuía sobre tais conteúdos”, que os contratos são construídos sob viés patrimonialista. De forma que se tornam verdadeiramente alienígenas ao se referir a direitos de natureza mormente moral como se propriedade fossem. Tal ideia está ultrapassada na família romano-germânica de direito.

De toda sorte, estas formalidades são encontradas em todos os contratos da categoria que juntamos no presente trabalho.

Uma questão, porém, atende em definitivo à expectativa legal que se coloca sob as autorizações: a delimitação de sua finalidade e propósitos. Neste sentido, e desde que, quando constantemente verificados, os propósitos estabelecidos sejam respeitados, a autorização é válida.

Interessante é a segunda parte da licença, que apresenta-se da seguinte forma:

“Conforme necessário, quando você cria, carrega, publica, envia ou aparece em conteúdo Ao Vivo, Local ou de qualquer outro de *crowdsourcing*, você também concede à Snap Inc. e aos nossos parceiros de negócios, em âmbito mundial, o direito e licença irrestrita e permanente de utilizar o seu nome, a sua imagem e a sua voz.”

Vemos aqui uma extensão muito preocupante. A começar pela declaração ficta de autorização a terceiros indeterminados, ao redor do mundo, de que gozem das mesmas faculdades atribuídas ao fornecedor contratante, o que já se verificou no subitem 4.3. Não bastasse isso, a licença para uso de nome e imagem (em sentido amplo) vem qualificada pelos adjetivos “permanente” e “irrestrita”, em clara afronta à especificação dos propósitos. Vale dizer, que a intenção contratual é que, para todo conteúdo disponibilizado através dos serviços “Ao Vivo” ou *crowdsourcing*, a veiculação de imagem e nome do usuário seja completamente ilimitada, em sentido territorial, temporal ou finalístico.

Uma suposta autorização implicaria, em face do fornecedor, em completo esaurimento das faculdades dos direitos da personalidade. Caso esta produza efeitos, estaríamos diante de situação semelhante a alienação dos mesmos em favor de outrem, como se o consumidor fosse mero proprietário destes direitos que compõem aspectos essenciais de sua pessoa.

Pontua expressamente Schreiber¹²³:

“Qualquer autolimitação de caráter irrestrito ou permanente não deve ser admitida, por se equiparar à renúncia. Assim, a ordem jurídica admite que alguém assine um contrato para autorizar a veiculação de sua imagem em determinada campanha comercial, mas não consideraria válido o ajuste por meio do qual a mesma pessoa autorizasse o uso de sua imagem “em qualquer publicidade”, “para sempre”, “de qualquer modo” ou “para qualquer fim”.”

Evidente, portanto, dada a proximidade à figura da renúncia, que esta licença em específico é eivada de ilicitude, eis que contraria frontalmente nosso ordenamento no tocante ao tratamento dos direitos da personalidade.

Distoam desta irrestrição os demais contratos analisados. O serviço do Facebook não utiliza os adjetivos “irrestrito” ou “permanente”, preferindo o silêncio ou estipulação expressa da finalidade e da duração de suas respectivas autorizações, senão vejamos estes dois artigos:

“9. Sobre propagandas e outros conteúdos comerciais fornecidos ou aprimorados pelo Facebook

Temos como objetivo divulgar anúncios e outros conteúdos comerciais ou patrocinados que sejam importantes para nossos usuários e anunciantes. Para nos ajudar nesse aspecto, você concorda com os termos a seguir. 1. Você nos concede permissão para usar seu nome, imagem do perfil, conteúdos e informações relacionadas a conteúdos comerciais, patrocinados ou relacionados (como uma marca que você curtiu) fornecido ou aperfeiçoado por nós. Isto significa, por exemplo, que você permite que uma empresa ou outra entidade nos pague para exibir seu nome e/ou imagem do perfil com seus conteúdos ou informações sem receber qualquer compensação por isso. Se você tiver selecionado um público específico para seus conteúdos ou informações, respeitaremos sua escolha ao usar esses dados. 2. Não forneceremos seus conteúdos ou informações a anunciantes sem seu consentimento. (...)”

“2. Compartilhando suas informações e conteúdo

(...) 1. Para conteúdos protegidos por leis de direitos de propriedade intelectual, como fotos e vídeos (conteúdo IP), você nos concede especificamente a seguinte permissão, sujeita às suas configurações de privacidade e de aplicativos: você nos concede uma licença global não exclusiva, transferível, sublicenciável, livre de royalties para usar qualquer conteúdo IP publicado por você ou associado ao Facebook (Licença IP). Essa Licença IP termina quando você exclui seu conteúdo IP ou sua conta, exceto quando seu conteúdo é compartilhado com outras pessoas e este não é excluído por elas. 2. Quando você exclui um conteúdo IP, ele é removido de maneira similar ao esvaziamento da lixeira do computador. No entanto, entenda que o conteúdo removido pode permanecer em cópias de backup por um período razoável (mas não estará disponível para outros).”

123SCHREIBER, Anderson. Direitos da Personalidade. 2013, p. 27.

Sobre a interpretação devida aos casos de omissão no texto contratual veremos mais adiante no subitem 4.5. Pontuamos também que os contratos-padrão de Instagram¹²⁴ e Twitter¹²⁵ seguem raciocínio semelhante ao do Facebook.

Quanto às faculdades descritas nas referidas autorizações, interessa-nos, finalmente, analisar os direitos de autor envolvidos. Como explicitado no item 2.3, os direitos autorais de natureza extrapatrimonial, segundo o entendimento da doutrina e da própria lei 9.610, não podem ser alienados, sobretudo pela figura contratual da cessão. São considerados, para tanto, os direitos apontados no rol do art. 24 da referida lei.

É importante saber se o contrato analisado é efetivamente um contrato de cessão. Lembrando que este não é tipificado pelo Código Civil brasileiro, sendo sua definição doutrinária. É notável que o contrato diz expressamente que o usuário retém todos os direitos que ele possui sobre suas criações. Desta forma, fica

124De forma bastante simplificada, o Instagram traz no ponto “Direitos” de seu contrato remissão à seção de Política de Privacidade, legando a esta a explicação de funcionamento da autorização “1. O Instagram não reivindica a propriedade de nenhum Conteúdo que você publica no Serviço ou através dele. Em vez disso, você concede ao Instagram, por meio deste, uma licença global, não exclusiva, sublicenciável, sem royalties e totalmente paga de uso do Conteúdo que você publica no Serviço ou através dele, sujeito à Política de Privacidade do Serviço, disponível em <http://instagram.com/legal/privacy/>, incluindo, entre outras, as seções 3 (“Compartilhamento de suas informações”), 4 (“Como nós armazenamos suas informações”) e 5 (“Suas escolhas sobre suas informações”). Você pode escolher quem visualiza seu Conteúdo e atividades, incluindo suas fotos, conforme descrito na Política de Privacidade.” Já aí percebe-se uma pretensão menor que a do contrato de serviços da Snapchat. Termos disponíveis em <<https://help.instagram.com/478745558852511>>, acesso em 11.11.2016, às 17:10.

Das seções da Política de Privacidade, importam-nos especialmente os parágrafos nomeados: “Partes com as quais podemos [Instagram, Inc.] compartilhar suas informações” e “Por quanto tempo mantemos o conteúdo do seu contrato”, que determinam a finalidade e duração da autorização de uso dos direitos da personalidade, respectivamente. Política de Privacidade disponível para consulta em <<https://help.instagram.com/155833707900388>>, aceso em 11.11.2016, às 17:15.

125Como se observa no contrato disponível em <<https://twitter.com/tos?lang=pt>>, acesso em 11.11.2016, às 17:00, os serviços do Twitter trazem a seguinte autorização: “Ao enviar, publicar ou exibir Conteúdo nos Serviços ou por meio deles, você nos outorga uma licença mundial gratuita, não exclusiva (com direito a sublicenciar) para utilizar, copiar, reproduzir, processar, adaptar, modificar, publicar, transmitir, exibir e distribuir esse Conteúdo em qualquer e todos os tipos de mídia ou métodos de distribuição (já disponíveis ou que venham a ser desenvolvidos). Esta licença nos autoriza a tornar seu Conteúdo disponível para o restante do mundo e permite que outros usuários façam o mesmo. Você concorda que esta licença outorga ao Twitter o direito de fornecer, promover e melhorar os Serviços, além de tornar o Conteúdo enviado para ou por meio dos Serviços disponível a outras empresas, organizações ou pessoas que são parceiras do Twitter para fins de distribuição, transmissão, divulgação ou publicação dele em outros tipos de mídia e serviços, sujeitando-se aos nossos termos e condições de utilização de Conteúdo. Tais usos adicionais por parte do Twitter ou de outras empresas, organizações ou indivíduos parceiros do Twitter podem ocorrer sem que lhe seja devida qualquer remuneração pelo Conteúdo que você enviar, publicar, transmitir ou, de outra maneira, disponibilizar por meio dos Serviços.” Nesta cláusula encontram-se expressos os fins de cunho econômico da atividade. Apesar de não delimitar duração, tampouco o contrato buscou torná-la perpétua.

estabelecida a ideia de que a titularidade da propriedade intelectual não foi transferida.

Determina ainda: “você concede à Snap Inc. uma licença mundial, livre de royalties, sublicenciável e transferível para hospedar, armazenar, utilizar, exibir, reproduzir, modificar, adaptar, editar, publicar e distribuir tal conteúdo.”. Concede-se então a possibilidade de exploração econômica de algumas das faculdades autorais. Para Denis Borges Barbosa, estaríamos diante da figura da licença¹²⁶. Concorde com ele, Sílvio Venosa, que estabelece o contrato de licença como a autorização do uso e exploração comercial da propriedade intelectual, sem transferir sua titularidade¹²⁷.

De toda forma, claro é que não há o esvaziamento do direito do usuário criador do conteúdo, nem a transferência de sua propriedade, consubstanciada em seus direitos. Além disso, não há óbice à maioria das faculdades ali dispostas.

Outras, porém, caem no núcleo do direito autoral que pertence à personalidade. São elas as do gênero alteração (modificar, adaptar, editar). Independente do esvaziamento do direito do autor, não é possível a alienação parcial de faculdade de natureza extrapatrimonial, eis que o entendimento de nosso ordenamento acerca das destes direitos, diferentemente dos direitos da personalidade anteriores, é a da completa vedação à possibilidade de disposição. Esta parte específica da cláusula vai de encontro ao art. 27, lido conjuntamente com o art. 24, V, da lei de direitos autorais. É, portanto, ilícita, e, conseqüentemente, nula, eis que objeto inválido do negócio jurídico.

O contrato ainda continua a determinar as características das licenças criadas através do serviço de *crowdsourcing*:

Além de nos conceder os direitos mencionados no parágrafo anterior, você também concede uma licença perpétua para criar obras derivadas, promover, exibir, transmitir, compartilhar, sublicenciar, executar publicamente e exibir publicamente conteúdo enviado ao Ao Vivo, Local ou qualquer outro Serviço de *crowdsourcing* em qualquer forma e em toda e qualquer mídia ou método de distribuição (hoje conhecidos ou desenvolvidos futuramente).

Aqui notamos mais direitos relacionados à difusão do material através dos diversos meios midiáticos, sendo estes também de aspecto patrimonial. Outra

126BARBOSA, Denis Borges. Direito Autoral. 1997, p. 9.

127VENOSA, Sílvio de Salvo. Direito Civil, Vol. 3: Contratos. 2013, p. 572-573.

faculdade difere destas, porém, e merece destaque aqui: a de criar obras derivadas. Para esta, a Licença *Creative Commons*, sistema de licenciamento de obras autorais pré-elaborado, para a Internet, traz a seguinte definição em seus contratos¹²⁸:

“Obra derivada” significa uma obra baseada sobre a Obra ou sobre a Obra e outras obras pré-existentes, tal como uma tradução, arranjo musical, dramatização, romantização, versão de filme, gravação de som, reprodução de obra artística, resumo, condensação ou qualquer outra forma na qual a Obra possa ser refeita, transformada ou adaptada, com a exceção de que uma obra que constitua uma Obra Coletiva não será considerada Obra Derivada para fins desta licença.”

Verifica-se, portanto, que a criação de obra derivativa se aproxima da adaptação, sendo uma forma de modificação da obra original para criação de uma nova obra nela inspirada. Trata-se de faculdade que o nosso direito considera como de natureza extrapatrimonial, vedando a sua alienação. É ilícita e nula, devendo ser desconsiderada do conteúdo do contrato quando da análise do mesmo no plano da validade, da mesma forma aplicada às faculdades de modificar, adaptar e editar.

Concluindo este subitem, notamos que os demais contratos possuem igualmente as faculdades do gênero “modificação da obra” compondo um padrão no tipo utilizado neste ramo de atividade. São também, para estes, disposições nulas dentro das cláusulas de licença.

4.5. A APLICAÇÃO DA NULIDADE E A INTERPRETAÇÃO DOS TERMOS DE ADESÃO

Realizadas as análises referentes aos institutos capazes de gerar a invalidade contratual, chega a hora de interpretar os termos de adesão, a fim de concluir que direitos efetivamente dele decorrem, eis que a interpretação é uma forma da própria aplicação do direito¹²⁹. Para interpretá-los corretamente, porém, devemos ter em mente alguns pressupostos: a) o atendimento do conteúdo aos elementos, requisitos e fatores dos planos de análise do direito; b) a classificação do contrato segundo os tipos legais, a fim de determinar a legislação, cogente ou disponível, aplicável; e c) a aplicação do princípio da conservação dos contratos¹³⁰.

¹²⁸Modelo de contrato disponibilizado pela Creative Commons Corporation para o livre uso digital, constante no sítio <<https://creativecommons.org/licenses/sampling+/1.0/br/legalcode>>, acesso em 07.10.2016, às 15:00.

¹²⁹VENOSA, Sílvio de Salvo. Direito Civil: Teoria Geral da Obrigação e Teoria Geral dos Contratos. 2013, p. 471.

¹³⁰LÔBO, Paulo. Direito Civil: Contratos. 2011, p. 178.

Verificando nosso percurso até o presete subitem, podemos compreender que os pressupostos “a” e “b” foram analisados nos pontos 3 e 4, respectivamente, estando vencidas as indagações quanto à legislação aplicável e aos planos jurídicos de análise, sobretudo o da validade. Assim, a fim de perceber o resultado dos subitens anteriores, repetiremos o principal contrato analisado, realçando os trechos que, segundo concluímos, podem ser qualificados como inválidos ou apresentam pretensões incompatíveis com o direito que rege o mercado de consumo brasileiro:

“3. Direitos que você concede a nós

Muitos de nossos Serviços permitem que você crie, carregue, publique, envie, receba e armazene conteúdos. Ao fazê-lo, você mantém todo e qualquer direito de propriedade que já possuía sobre tais conteúdos. Mas você concede a nós uma licença para usar esse conteúdo. A extensão dessa licença depende dos Serviços que você utiliza e das Configurações que você selecionou.

Para todos os Serviços, o Ao Vivo, Local e qualquer outro serviço de *crowdsourcing*, você concede à Snap Inc. uma licença **mundial**, livre de royalties, **sublicenciável e transferível** para hospedar, armazenar, utilizar, exibir, reproduzir, **modificar, adaptar, editar**, publicar e distribuir tal conteúdo. Esta licença tem o propósito limitado de operar, desenvolver, fornecer, promover e aprimorar os Serviços, além de pesquisar e desenvolver novos Serviços.

Como o Ao Vivo, Local e quaisquer outros serviços de *crowdsourcing* **são inerentemente públicos e narram assuntos de interesse público**, a licença que você concede a nós para os conteúdos enviados a tais Serviços é mais ampla. Além de nos conceder os direitos mencionados no parágrafo anterior, você também concede uma licença **perpétua** para **criar obras derivadas**, promover, exibir, transmitir, compartilhar, **sublicenciar**, executar publicamente e exibir publicamente conteúdo enviado ao Ao Vivo, Local ou qualquer outro Serviço de *crowdsourcing* em qualquer forma e em toda e qualquer mídia ou método de distribuição (hoje conhecidos ou desenvolvidos futuramente). Conforme necessário, quando você cria, carrega, publica, envia ou aparece em conteúdo Ao Vivo, Local ou de qualquer outro de *crowdsourcing*, você também concede à Snap Inc. **e aos nossos parceiros de negócios, em âmbito mundial**, o direito e licença **irrestrita e permanente** de utilizar o seu nome, a sua imagem e a sua voz. Isso significa, entre outras coisas, que você não terá direito a nenhuma indenização por parte da Snap Inc. ou de nossos parceiros de negócios caso seu nome, sua imagem e/ou sua voz sejam transmitidos através dos Serviços Ao Vivo, Local ou outros Serviços de *crowdsourcing*, seja no aplicativo Snapchat ou seja na plataformas de um de nossos parceiros.
(...)”

Além das partes destacadas, há ainda uma impropriedade na locução “conceder o direito” quando tratam-se de direitos da personalidade. Conforme já se salientou, estes são disponíveis, mas não passíveis de alienação completa, eis que inerentes ao sujeito e a persecução de sua dignidade.

Evidente que não podemos pretender inviabilizar a completude de uma modalidade de serviço tão arraigada aos nossos hábitos sociais quanto a das redes sociais virtuais. Igualmente, porém, não é possível, considerando as garantias e princípios fundamentais adotados como reitores de nossa ordem jurídica, autorizar a exploração de consumidores através de práticas contratuais que violem a equidade e a boa-fé, bem como os deveres de lealdade e informação para com o consumidor. Cabe-nos, portanto, procurar uma postura que não seja completamente permissiva ou proibitiva.

Resolveremos, a seguir, o próximo pressuposto interpretativo, qual seja o da aplicação da conservação do contrato. Este princípio, fundamentado na função social do contrato e que traduz a noção de que todo contrato implica uma utilidade social e um esforço humano¹³¹, está expressamente consagrado no art. 184 do Código Civil¹³². O efeito de tal princípio é podermos manter as partes não nulas e rever os equívocos no texto contratual, fazendo com que persista a contratação em seu cerne onde este for válido, desde que o objeto contratual restante atenda aquilo que é considerado o efeito pretendido, isto é, *in casu*: a disponibilização de acesso a rede social virtual amplamente utilizada pela população¹³³ em troca de autorização de veiculação de propagandas, criação de bancos de dados coletivos para fins de planejamento empresarial e utilização de conteúdo para promover o próprio serviço¹³⁴.

Devemos, ao utilizar o princípio da interpretação dos contratos no presente caso, ter em mente alguns critérios interpretativos. Primeiramente, estamos falando de contrato sob disciplina do CDC, sujeito à regra do art. 47 do mesmo, segundo o qual a interpretação sempre deve favorecer ao consumidor, ainda que não possa ser tão extremada a ponto de inverter o desequilíbrio contra o fornecedor. O segundo critério é o da interpretação restritiva da autorização de uso dos direitos da

131Idem, p. 179-180.

132“Art. 184. Respeitada a intenção das partes, a invalidade parcial de um negócio jurídico não o prejudicará na parte válida, se esta for separável; a invalidade da obrigação principal implica a das obrigações acessórias, mas a destas não induz a da obrigação principal.”

133Vejam, por exemplo, que a Pesquisa Brasileira de Mídia constata que 83% do entrevistados que utilizam internet usam a rede social Facebook. BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: hábitos de consumo de Mídia pela população brasileira, p. 62.

134Tal efeito é, notadamente, fruto da vontade do fornecedor. Eis que em se tratando de análise de contrato de adesão o consumidor não tem a possibilidade de exercer sua liberdade contratual, mas apenas (quando possível) a liberdade de contratar. Não se quer aqui menosprezar a intenção do aderente, mas apenas ressaltar que para este contrato em específico a interpretação não pode valer-se da investigação do aspecto subjetivo da vontade do contratante, e sim concentra-se em aspectos objetivos. Neste sentido: LÔBO, Paulo. Direito Civil: Contratos. 2011, p. 185.

personalidade, que impede a concessão, em favor do predisponente, da possibilidade de obter vantagem injusta, que implique a renúncia a direitos da personalidade, como destacamos durante o primeiro capítulo deste trabalho.

No tocante à duração das licenças, são vedadas as qualidades “perpétua” ou “permanente”. A invalidação de tal disposição gera um vazio de conteúdo que deve ser preenchido. Nos valeremos então da interpretação integrativa, e utilizaremos conteúdo externo e interno à própria base negocial para apontar uma solução ao problema, como os usos negociais ao tempo e lugar da celebração do contrato e o próprio comportamento das partes¹³⁵.

Assim, pelo cotejamento com os demais contratos analisados, a exemplo do artigo 9 dos Termos de Serviço do Facebook, cabe a dedução de que as licenças produzem efeitos enquanto o consumidor deixar o conteúdo disponível em seu perfil ou quando durar o uso que faz da rede social. Vindo o usuário a cancelar sua conta junto ao fornecedor, a licença está automaticamente finda. Trata-se de aplicação de costume no ramo mercadológico das redes sociais virtuais que não importa comportamento abusivo.

Já acerca da “irrestrição de finalidade” que acomete as mesmas, julgamos que é completamente insustentável. Felizmente, a primeira licença aponta: “Esta licença tem o propósito limitado de operar, desenvolver, fornecer, promover e aprimorar os Serviços, além de pesquisar e desenvolver novos Serviços.” de maneira semelhante aos demais contratos da categoria. Compreendemos, portanto, que esta finalidade aplica-se a, e limita, a completude das faculdades que o fornecedor criou para si. A integração neste caso, dá-se pelas próprias disposições prévias do contrato, que formam uma exteriorização de vontade.

Observamos ainda que as faculdades, além de estarem limitadas internamente pela finalidade de operar e aprimorar os próprios serviços da rede social, não podem alterar o conteúdo originalmente publicado pelo usuário, devendo reproduzi-lo de forma fiel. É o que se depreende da vedação a modificações como direito extrapatrimonial de autor. Não há o que se complementar aqui. Restam válidas as diversas formas de uso: utilização, reprodução, exibição, publicação, distribuição, entre outras, quais são completamente independentes entre si.

Por último, como apontado no subitem 4.3, as permissões para transferência e sublicenciamento de autorizações, como faculdades que permitem a alteração

135VENOSA, Sílvio de Salvo. Direito Civil: Teoria Geral da Obrigação e Teoria Geral dos Contratos. 2013, p. 483.

unilateral do contrato, ainda que somente em seu aspecto subjetivo, sem passar pelo crivo do aderente, devem ser consideradas abusivas. São sancionadas com a invalidade, assim como as disposições ilícitas acima destacadas.

Excluindo, portanto, os termos que, ao longo do capítulo, analisamos como ilícitos, abusivos ou incompatíveis com o direito brasileiro, podemos conservar um contrato dotado de equidade, capaz de assegurar os limites fundamentais da personalidade do sujeito contratante e assegurar a manutenção de um serviço bem valorizado no contexto da sociedade de informação.

5. CONCLUSÃO

O presente trabalho partiu de uma desconfiança quanto à validade das disposições concernentes aos direitos da personalidade nos contratos de termos de adesão às redes sociais virtuais. Estes contratos, consagrados na sociedade de informação foram aqui contemplados como uma forma recorrente de contrato especial encontrada nos usos do mercado de consumo. Considerando a dificuldade do direito em acompanhar os avanços tecnológicos, pretendeu-se compreender os limites que a lei impõe aos contratos, enquadrando-os nas disposições legais a eles preexistentes e apresentando as opiniões doutrinárias sobre os mesmos.

Apresentamos os direitos envolvidos, dando suas definições e demonstrando as controvérsias sobre o caráter de irrenunciabilidade e indisponibilidade que se abatia sobre todos, e qual é o verdadeiro sentido destas regras numa sociedade que caminha no sentido da majoração da exposição dos aspectos mais íntimos da pessoa. Abordamos a ideia de autorização ou licença de uso dos direitos da personalidade, que delimitamos a privacidade, nome, imagem e direitos morais de autor, definindo seus contornos e adiantando tratar-se de objeto da prestação principal nos termos de adesão.

Em sequência, procuramos classificar os termos dos serviços das redes sociais dentre as categorias conhecidas, conforme seus elementos: sujeitos, forma, lugar, entre outros, com o simples objetivo de entender a disciplina jurídica aplicável aos mesmos. Identificadas as qualidades de contrato de adesão, de consumo e digital, compreendemos que o contrato demandava posição mais protetiva ao contratante mais fraco, o que afeta sua interpretação de maneira sensível.

Finalmente, passamos à análise da cláusula contratual que determina a autorização de uso, observando seu texto pontualmente e identificando elementos que possam ser confrontados pelos institutos aptos a ensejar a invalidade dos mesmos, isto é, verificando o atendimento a requisitos. Compreendidas exatamente quais partes da referida cláusula não seriam toleradas pelo nosso ordenamento jurídico, demos sequência à interpretação contratual, removendo-as e integrando o contrato, tendo em mente as normas interpretativas decorrentes de sua classificação, buscando, como fim último, manter conteúdo suficiente a atender às necessidades de consumidor e fornecedor, sem ofender o equilíbrio contratual.

A presente monografia atende a seu objetivo caso tenha conseguido realizar uma análise viável e correta do fenômeno jurídico dos termos de adesão às redes sociais digitais, trazendo compreensão ao leitor dos limites que devem ser colocados aos contratos, a fim de que, pelo impulso massificador do mercado de consumo, não sejam sacrificados direitos afeitos à dignidade da pessoa humana.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, Antônio Junqueira de. *Negócio Jurídico: existência, validade e eficácia*. São Paulo: Saraiva, 2002. 1ª Ed.

BACELAR, Hugo Leonardo Duque. *A Proteção Contratual e Os Contratos Eletrônicos*. São Paulo: Thomson, 2006. 1ª Ed.

BARBOSA, Denis Borges. *Uma Introdução à Propriedade Intelectual*. Lumen Juris, 2010. 2ª Ed.

BENJAMIN, A. H. V.; MARQUES, C. L. & BESSA, L. R. *Manual de Direito do Consumidor*. Revista dos Tribunais. 5ª Ed.

BRASIL. *Código Civil*. Lei 10.406 de 10.01.2002. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406compilada.htm>, acesso em 20.11.2016, às 00:00.

BRASIL. *Código de Defesa do Consumidor*. Lei 8.078 de 11.09.1990. Disponível em <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>, acesso em 20.11.2016, às 00:00.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Promulgada em 05.10.1988. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>, acesso em 20.11.2016, às 00:00.

BRASIL. *Lei de Direitos Autorais*. Lei 9.610, de 19.02.1998. Disponível em <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9610.htm>, acesso em 20.11.2016, às 00:00.

BRASIL. *Marco Civil da Internet*. Lei 12.965, de 23.04.2014. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm>, acesso em 20.11.2016, às 00:00.

BRASIL. *Superior Tribunal de Justiça*. Acórdão em AgRg no AREsp n.º 606415 RJ. Ministro Rel. Marco Buzzi, julgado em 07.04.2015, publicado em 01.07.2015. Disponível em <<http://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/204398789/agravo-regimental-no-agravo-em-recurso-especial-agrg-no-aresp-606415-rj-2014-0278520-6?ref=juris-tabs>>, acesso em 18.11.2016, às 23:30

BRASIL. *Supremo Tribunal Federal*. Acórdão em RE n.º 508267 DF. Ministro Rel. Joaquim Barbosa, julgado em 10.08.2010, publicado em 25.08.2010. Disponível em <<http://stf.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/15912326/recurso-extraordinario-re-508267-df-stf>>, acesso em 15.11.2016, às 23:00.

CAPRA, Fritjoff. *As Conexões Ocultas*. São Paulo: Cultrix, 2002. 1ª Ed.

CARVALHO, Ana Paula Gambogi. *Contratos via Internet*. Belo Horizonte: Del Rey, 2001. 10ª Ed.

CRUZ, Ruelandson do Carmo. *Redes sociais virtuais: premissas teóricas ao estudo em ciência da informação* in *TransInformação*, 22 (3), set/dez, 2010.

DOLINGER, Jacob. *Direito Internacional Privado (parte geral)*. Rio de Janeiro: Renovar, 1997. 5ª Ed.

GOMES, Orlando. *Contratos*. Rio de Janeiro: Forense, 2007. 26ª Ed.

_____. *Contratos de Adesão: condições gerais dos contratos*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1972. 1ª Ed.

LÔBO, Paulo. *Condições Gerais dos Contratos e Cláusulas Abusivas*. São Paulo: Saraiva, 1991. 1ª Ed.

_____. *Contratos no Código do Consumidor: pressupostos gerais* in *Justitia*, São Paulo, 54 (160), out/dez, 1992.

_____. *Direito Civil: Contratos*. São Paulo: Saraiva, 2011. 1ª Ed.

LORENZETTI, Ricardo Luis. *Comércio Eletrônico*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. 1ª Ed.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. 5ª Ed.

MENDES, G. F.; COELHO, I. M. & BRANCO, P. G. G. *Curso de Direito Constitucional*. São Paulo: Saraiva, 2009. 4ª Ed.

MIRANDA, Custódio da Piedade Ubaldino. *Contrato de Adesão*. São Paulo: Atlas S.A., 2002. 1ª Ed.

MORAES, Maria Celina Bodin de. *Danos à Pessoa Humana: uma leitura civil-constitucional dos danos morais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2003. 1ª Ed.

PEIXOTO, Rodney de Castro. *O Comércio Eletrônico e Os Contratos*. Rio de Janeiro: Forense, 2001. 1ª Ed.

SILVA, Rosana Ribeiro da. *Contratos Eletrônicos*. Revista Jus Navigandi, Teresina, ano 4, n. 31, 1º de maio de 1999. Disponível em

<<https://jus.com.br/artigos/1794/contratos-eletronicos>>, acesso em 19.11.2016, às 22:00.

RODOTÀ, Stefano. *Tecnologias e Direito (A Vida na Sociedade de Vigilância)*. Rio de Janeiro: Renovar, 2008. 1ª Ed.

SCREIBER, Anderson. *Direitos da Personalidade*. São Paulo: Atlas, 2013. 2ª Ed.

SZANIAWSKI, Elimar. *Direitos da Personalidade e sua Tutela*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005. 2ª Ed.

TAVARES, André Ramos. *Direito Constitucional Econômico*. São Paulo: MÉTODO, 2011. 3ª Ed.

VENOSA, Sílvio de Salvo. *Direito Civil: Contratos em Espécie*. São Paulo: Atlas S.A., 2013. 13ª Ed.

_____. *Direito Civil: Teoria Geral das Obrigações e Teoria Geral dos Contratos*. São Paulo: Atlas S.A., 2013. 13ª Ed.

7. ANEXOS

Anexo 01 – Termos de Serviço do Snapchat – 23 de setembro de 2016

Termos de Serviço da Snap Inc.

Vigente a partir de: 23 de setembro de 2016

Bem-vindo!

Ficamos muito felizes por você ter decidido usar o Snapchat e nossos outros produtos e serviços, que chamaremos simplesmente de “Serviços” abaixo.

Elaboramos estes Termos de Serviço (que chamaremos de “Termos”) para informar você sobre as regras que regem o nosso relacionamento. Embora tenhamos empenhado todo esforço possível para eliminar o “juridiquês” dos nossos Termos, há algumas partes que ainda podem soar parecidas com um contrato tradicional. Mas há uma boa razão para isso: estes termos, de fato, constituem um contrato juridicamente vinculante entre você e a Snap Inc. Portanto, leia-os com muita atenção.

Ao utilizar os Serviços, você concorda com os Termos. Naturalmente, se você não concordar com os Termos, então não utilize os Serviços.

NOTIFICAÇÃO DE ARBITRAGEM: ESTES TERMOS CONTÊM UMA CLÁUSULA ARBITRAL UM POUCO MAIS ADIANTE. EXCETUANDO-SE DETERMINADOS TIPOS DE LITÍGIOS MENCIONADOS NA CLÁUSULA ARBITRAL, VOCÊ E A SNAP INC. CONCORDAM QUE LITÍGIOS ENTRE AS PARTES SERÃO RESOLVIDOS POR ARBITRAGEM VINCULATIVA OBRIGATÓRIA E VOCÊ E A SNAP INC. RENUNCIAM TODOS OS DIREITOS DE PARTICIPAR DE UMA AÇÃO COLETIVA OU DE ARBITRAGEM COLETIVA.

1. Quem pode utilizar os Serviços

Menores de 13 anos de idade não têm permissão para criar uma conta ou utilizar os Serviços. Pode ser que ofereçamos Serviços adicionais, sujeitos a termos adicionais, que podem exigir que você seja ainda mais velho para utilizá-los. Portanto, leia todos os termos com atenção.

Ao utilizar os Serviços, você declara que:

- Pode assinar um contrato vinculante com a Snap Inc.
- Não é um indivíduo que se encontra impedido de receber os Serviços nos termos da legislação dos Estados Unidos, ou de qualquer outra jurisdição aplicável – isto é, o seu nome não consta na lista de Cidadãos Especialmente Designados do Departamento do Tesouro dos EUA (U.S. Treasury Department’s list of Specially Designated Nationals), e você não enfrenta nenhum outro tipo de proibição de natureza semelhante.
- Irá cumprir estes Termos e todas as leis, regras e regulamentos locais, estaduais, nacionais e internacionais aplicáveis.

Se você estiver utilizando os Serviços em nome de uma empresa ou entidade, você declara estar autorizado a outorgar todas as licenças estabelecidas nestes Termos, bem como concordar com estes Termos em nome da empresa ou entidade que representa. Se você estiver utilizando os Serviços em nome de uma entidade do Governo dos EUA, você concorda com o Aditamento dos Termos de Serviço da Snap Inc. para usuários do Governo dos EUA.

2. Direitos que concedemos a você

A Snap Inc. concede a você uma licença pessoal, mundial, livre de royalties, intransferível, não exclusiva, revogável e não sublicenciável, em âmbito mundial, para acessar e utilizar os Serviços. Essa licença tem a finalidade exclusiva de permitir que você utilize e aproveite os benefícios dos Serviços na forma prevista por estes Termos e pelas nossas políticas de uso, como nossas Diretrizes da Comunidade.

Qualquer software que fornecemos a você poderá baixar e instalar automaticamente melhorias, atualizações ou outros novos recursos. Você pode ajustar estes downloads automáticos por meio das configurações do seu dispositivo.

Você não pode copiar, modificar, distribuir, vender ou alugar qualquer parte dos nossos Serviços, nem efetuar engenharia reversa ou tentar extrair o código-fonte dos softwares neles contidos, a menos que tais proibições sejam vedadas pela legislação aplicável, ou que você tenha o nosso consentimento prévio por escrito para tanto.

3. Direitos que você concede a nós

Muitos de nossos Serviços permitem que você crie, carregue, publique, envie, receba e armazene conteúdos. Ao fazê-lo, você mantém todo e qualquer direito de propriedade que já possuía sobre tais conteúdos. Mas você concede a nós uma licença para usar esse conteúdo. A extensão dessa licença depende dos Serviços que você utiliza e das Configurações que você selecionou.

Para todos os Serviços, o Ao Vivo, Local e qualquer outro serviço de crowdsourcing, você concede à Snap Inc. uma licença mundial, livre de royalties, sublicenciável e transferível para hospedar, armazenar, utilizar, exibir, reproduzir, modificar, adaptar, editar, publicar e distribuir tal conteúdo. Esta licença tem o propósito limitado de operar, desenvolver, fornecer, promover e aprimorar os Serviços, além de pesquisar e desenvolver novos Serviços.

Como o Ao Vivo, Local e quaisquer outros serviços de crowdsourcing são inerentemente públicos e narram assuntos de interesse público, a licença que você concede a nós para os conteúdos enviados a tais Serviços é mais ampla. Além de nos conceder os direitos mencionados no parágrafo anterior, você também concede uma licença perpétua para criar obras derivadas, promover, exibir, transmitir, compartilhar, sublicenciar, executar publicamente e exibir publicamente conteúdo enviado ao Ao Vivo, Local ou qualquer outro Serviço de crowdsourcing em qualquer forma e em toda e qualquer mídia ou método de distribuição (hoje conhecidos ou desenvolvidos futuramente). Conforme necessário, quando você cria, carrega, publica, envia ou aparece em conteúdo Ao Vivo, Local ou de qualquer outro de crowdsourcing, você também concede à Snap Inc. e aos nossos parceiros de negócios, em âmbito mundial, o direito e licença irrestrita e permanente de utilizar o seu nome, a sua imagem e a sua voz. Isso significa, entre outras coisas, que você não terá direito a nenhuma indenização por parte da Snap Inc. ou de nossos parceiros de negócios caso seu nome, sua imagem e/ou sua voz sejam transmitidos através dos Serviços Ao Vivo, Local ou outros Serviços de crowdsourcing, seja no aplicativo Snapchat ou seja na plataformas de um de nossos parceiros.

Para obter mais informações sobre como personalizar quem poderá visualizar seus conteúdos, dê uma olhada na nossa Política de Privacidade e no nosso Site de Suporte.

Embora não sejamos obrigados a fazê-lo, nós podemos acessar, revisar, filtrar e/ou excluir seus conteúdos a qualquer momento e por qualquer motivo, inclusive se acharmos que eles violam estes Termos. Não obstante, você permanece como o único e exclusivo responsável pelos conteúdos que você cria, carrega, publica, envia e/ou armazena através do Serviço.

Os Serviços podem conter anúncios. Em consideração à Snap Inc. por deixar que você acesse e utilize os Serviços, você concorda que nós, nossas afiliadas e nossos parceiros terceiros possamos colocar anúncios nos Serviços. Como os Serviços contêm conteúdo que você e outros usuários nos fornecem, a publicidade pode às vezes aparecer próxima a seu conteúdo.

Nós sempre gostamos muito de ouvir a opinião de nossos usuários. Mas caso você se voluntarie a fornecer comentários e/ou sugestões, esteja ciente de que podemos utilizar suas ideias sem lhe proporcionar qualquer tipo de remuneração.

4. O conteúdo de terceiros

A maioria dos conteúdos encontrados em nossos serviços é produzida por usuários, editores e outros terceiros. Quer os conteúdos sejam veiculados publicamente ou em caráter privado, eles seguirão sendo de responsabilidade exclusiva do indivíduo ou organização que os enviaram. Embora a Snap Inc. reserve a si o direito de analisar todos os conteúdos que aparecem nos Serviços, e remover qualquer conteúdo que viole estes Termos, nós não nos comprometemos a analisar todos eles. Portanto, nós não podemos assumir – e, de fato, não assumimos – responsabilidade por quaisquer conteúdos fornecidos por terceiros através dos Serviços.

Por meio destes Termos e das nossas Diretrizes Comunitárias, nós deixamos bem claro que não queremos que os Serviços sejam utilizados de forma negativa. Mas, pelo simples fato de que não analisamos todos os conteúdos, não podemos garantir que todos os conteúdos encontrados nos Serviços estarão sempre em conformidade com nossos Termos ou Diretrizes.

5. Privacidade

A sua privacidade é muito importante para nós. Você pode entender como tratamos suas informações ao utilizar nossos Serviços lendo a nossa Política de Privacidade. Nós o incentivamos a ler com atenção a nossa Política de Privacidade, pois, ao utilizar nossos Serviços, você concorda que a Snap Inc. pode coletar, utilizar e transferir suas informações nos termos da referida política.

6. Respeitando os direitos de terceiros

A Snap Inc. respeita os direitos de terceiros. E você também deve fazê-lo. Portanto, você não deve enviar, postar, transmitir e/ou armazenar conteúdos que:

- violem ou infrinjam os direitos de terceiros relacionados a publicidade, privacidade, direitos autorais, marcas registradas ou outros direitos de propriedade intelectual.
- constituam bullying, assédio e/ou intimidação.
- difamem.
- sobrecarreguem com spams ou importunem nossos usuários.

Você também deve respeitar os direitos da Snap Inc. Estes Termos não concedem a você nenhum direito a:

- usar marcas, logotipos, desenhos, fotografias, vídeos ou quaisquer outros materiais utilizados em nossos Serviços.
- copiar, arquivar, baixar, enviar, distribuir, compartilhar, transmitir, executar, exibir, disponibilizar e/ou utilizar de outra forma qualquer parte dos Serviços, ou do conteúdo nos Serviços, exceto conforme estabelecido nestes Termos.
- utilizar os Serviços, quaisquer ferramentas fornecidas pelos Serviços ou qualquer conteúdo nos Serviços para qualquer finalidade comercial sem o nosso consentimento.

Resumidamente: você não poderá usar os Serviços ou o conteúdo nos Serviços de forma não autorizada nestes Termos. Você também não poderá ajudar outra pessoa a fazer isso.

7. Respeitando direitos autorais

A Snap Inc. honra todas as exigências estabelecidas na chamada Lei de Direitos Autorais do Milênio Digital americana (Digital Millennium Copyright Act). Portanto, nós tomamos todas as medidas razoáveis para remover o quanto antes de nossos Serviços qualquer material que infrinja estas exigências e que chegue ao nosso conhecimento. E se a Snap Inc. tomar ciência de que um de seus

usuários viola direitos autorais repetidamente, tomaremos todas as medidas cabíveis que estiverem dentro do nosso alcance para cancelar a conta do usuário em questão.

Facilitamos ao máximo as denúncias de suspeitas de violação de direitos autorais. Se você achar que qualquer coisa nos Serviços viola algum direito autoral do qual seja titular ou com relação ao qual seja parte interessada, preencha este formulário. Você também pode registrar uma notificação junto ao nosso agente designado:

Snap Inc.

Aos cuidados de: Agente de Direitos Autorais

63 Market Street

Venice, CA

90291

E-mail: copyright@snap.com

Se você for registrar uma notificação junto ao nosso Agente de Direitos Autorais, ela deve cumprir os requisitos estabelecidos no artigo 17 U.S.C., parágrafo 512 (c) (3). Isso significa que a notificação deve:

- conter a assinatura física ou eletrônica de um indivíduo autorizado a atuar em nome do titular dos direitos autorais.
- identificar o material protegido pela legislação de direitos autorais que foi violado.
- identificar o material que estaria infringindo a legislação de direitos autorais – ou sendo objeto de atividades infratoras – que deve ser removido, ou cujo acesso deve ser desativado, bem como todas as informações necessárias disponíveis para nos permitir localizar tal material.
- fornecer suas informações de contato, incluindo seu endereço, número de telefone e um endereço de e-mail válido.
- fornecer uma declaração pessoal informando que você acredita, de boa fé, que o uso do material da forma alegada não é autorizado pelo proprietário dos direitos autorais, seu agente ou pela lei.
- fornecer uma declaração informando que as informações contidas na notificação são verdadeiras, sob pena de perjúrio, e que você tem autorização para atuar em nome do titular dos direitos autorais.

8. Segurança

Nós nos esforçamos ao máximo para manter os nossos Serviços como um lugar seguro para todos os usuários. Mas não podemos garantir isso. É aí que você entra. Ao utilizar os Serviços, você concorda que:

- Não irá utilizar os Serviços para qualquer finalidade ilegal ou proibida nestes Termos.
- Não irá utilizar nenhum robô, spider, crawler, scraper ou outros meios e/ou interfaces automatizados para acessar os Serviços ou extrair informações sobre outros usuários.
- Não irá utilizar ou desenvolver nenhum aplicativo de terceiros que interaja com os Serviços ou com os conteúdos ou informações de outros usuários sem o nosso consentimento prévio por escrito.
- Não irá utilizar os Serviços de uma forma que possa interferir, atrapalhar, prejudicar ou inibir outros usuários de desfrutar plenamente dos Serviços, ou que possa danificar, inutilizar, sobrecarregar ou prejudicar o funcionamento dos Serviços.
- Não irá utilizar ou tentar utilizar a conta, o nome de usuário ou a senha de outro usuário sem sua devida permissão.
- Não irá solicitar as credenciais de login de outro usuário.
- Não irá publicar conteúdos que contenham pornografia, violência explícita, ameaças ou discursos de ódio ou de incitação à violência.
- Não irá carregar vírus ou outros códigos maliciosos nos Serviços, nem comprometer de qualquer outra maneira a segurança dos Serviços.

- Não irá tentar burlar nenhum sistema de filtragem de conteúdos que viermos a utilizar, nem tentar acessar áreas ou recursos dos Serviços aos quais você não possui permissão de acesso.
- Não irá sondar, examinar ou testar a vulnerabilidade de nossos Serviços ou de qualquer sistema e/ou rede.
- Não irá incentivar ou promover qualquer atividade que viole estes Termos.

Nós também nos preocupamos com a sua segurança ao utilizar nossos Serviços. Portanto, recomendamos que jamais utilize nossos Serviços de maneira que possa impedi-lo de obedecer as leis de trânsito e/ou outras normas de segurança. Por exemplo, nunca faça Snaps enquanto dirige. Recomendamos também que jamais coloque a si mesmo ou a terceiros em situações de risco apenas para fazer um Snap.

9. Sua Conta

Você é responsável por qualquer atividade que ocorra em sua conta do Snapchat. Por isso, é muito importante que você mantenha sua conta segura. Uma boa maneira de fazer isso é escolher uma senha forte, que você não utilize para nenhuma outra conta que possua.

Ao utilizar os Serviços, você concorda que, além de agir com bom senso:

- Você não irá criar mais de uma conta para si mesmo.
- Você não irá criar para si outra conta, caso já tenhamos desabilitado a sua conta, a menos que receba o nosso consentimento prévio por escrito para fazê-lo.
- Você não irá comprar, vender, alugar ou comercializar, de qualquer outra forma, o acesso à sua conta do Snapchat, Ao Vivo, Snaps, nome de usuário do Snapchat ou o link de um amigo, sem o nosso consentimento prévio por escrito.
- Você não irá compartilhar sua senha.
- Você não irá efetuar login ou tentar acessar os Serviços por meio de aplicativos ou clientes não autorizados de terceiros.

Se você suspeitar que alguém obteve acesso indevido à sua conta, entre em contato imediatamente com o Suporte da Snapchat.

10. Memórias

Memórias é o nosso serviço de armazenamento de dados que facilita o acesso às suas recordações a qualquer hora e em qualquer lugar. Ao concordar com estes Termos, você automaticamente habilitará as Memórias. Uma vez habilitadas as Memórias, elas permanecerão habilitadas enquanto você mantiver a sua conta do Snapchat. Mas você sempre pode desativar certos recursos das Memórias nas Configurações.

Uma das opções que fornecemos com as Memórias é a capacidade de criar uma área restrita definindo uma senha, que pode ser um PIN, uma frase ou outro mecanismo. Assemelha-se à opção de bloqueio de dispositivo que você pode estar usando em seu dispositivo móvel; ao definir uma senha, você diminui as chances de que outra pessoa em posse do seu dispositivo veja o que você salvou na área restrita de Memórias. Mas um aviso muito importante: SE VOCÊ PERDER OU ESQUECER SUA SENHA DAS MEMÓRIAS, OU SE DIGITÁ-LA INCORRETAMENTE MUITAS VEZES, VOCÊ PERDERÁ O ACESSO A QUALQUER CONTEÚDO QUE SALVOU NA ÁREA RESTRITA DAS MEMÓRIAS. Não oferecemos nenhum recurso de recuperação de senha para essa área restrita. Você é o único responsável por lembrar sua senha. Acesse nosso Site de Suporte para mais detalhes sobre senhas.

Seu conteúdo nas Memórias pode se tornar indisponível por uma série de razões, incluindo coisas como uma falha operacional ou uma decisão nossa de cancelar a sua conta. Como não podemos prometer que seu conteúdo sempre estará disponível, recomendamos que você guarde uma cópia separada do conteúdo que salvar nas Memórias.

Não prometemos que as Memórias poderão acomodar perfeitamente sua necessidade de armazenamento. Reservamos o direito de definir limites de armazenamento de Memórias e podemos mudar esses limites de tempos em tempos a nosso critério exclusivo. E, assim como em nossos outros Serviços, o seu uso das Memórias pode ocupar espaço em seu dispositivo e ensejar cobranças referentes a uso de dados.

Você não pode revender nenhum recurso das Memórias. Isso quer dizer que você não pode fazer algo como usar as Memórias para operar seu próprio serviço de armazenamento ou de distribuição de arquivos para outras pessoas.

11. Tarifas de dados e telefones móveis

Você ficará responsável por eventuais cobranças por serviços móveis de celular que possa vir a incorrer ao utilizar nossos Serviços, inclusive aquelas relacionadas a mensagens de texto e/ou tarifas de dados. Se você não estiver seguro sobre quais seriam essas tarifas, tire suas dúvidas com o seu provedor de serviços móveis antes de utilizar nossos Serviços.

Se você alterar ou desativar o número de telefone celular que utilizou para criar sua conta do Snapchat, você deve atualizar suas informações de conta nas Configurações no prazo de até 72 horas para evitar que acabemos enviando para outra pessoa mensagens que seriam destinadas a você.

12. Serviços de terceiros

Se você utiliza algum serviço, recurso ou funcionalidade operada por um terceiro e disponibilizada através de nossos Serviços (incluindo serviços que oferecemos em parceria com o referido terceiro), os termos de cada parte regem a relação da respectiva parte com você. A Snap Inc. não assume nenhuma responsabilidade pelos termos de terceiros, tampouco pelas ações tomadas com base nesses termos.

13. Modificação dos Serviços e Rescisão

Trabalhamos incansavelmente para aprimorar nossos serviços e criar inovações o tempo todo. Isso significa que podemos adicionar ou remover recursos, produtos ou funcionalidades, e também podemos suspender ou cancelar definitivamente os Serviços. Podemos tomar qualquer uma dessas medidas a qualquer momento, e quando isso ocorrer, podemos não fornecer qualquer tipo de aviso prévio.

Embora esperemos que você continue sendo um usuário do Snapchat por muito tempo, você pode rescindir estes Termos a qualquer momento e por qualquer motivo, excluindo sua conta.

A Snap Inc. também poderá rescindir estes Termos com você a qualquer momento e por qualquer motivo, sem aviso prévio. Isso significa que nós podemos deixar de prestar nossos Serviços, bem como impor novos limites adicionais sobre a sua capacidade de utilizar os Serviços. Por exemplo, podemos desativar sua conta em caso de inatividade prolongada e podemos reivindicar seu nome de usuário, a qualquer momento, por qualquer motivo.

Independentemente de qual parte rescindir estes Termos, tanto você quanto a Snap Inc. continuarão obrigados a cumprir as seções 3, 6, 9, 10 e 13 a 22 dos Termos.

14. Indenização

Você concorda, até onde permitido pela legislação aplicável, em indenizar, defender e isentar a Snap Inc., nossos diretores, executivos, funcionários e afiliados de toda e qualquer reclamação, cobrança, reivindicação, danos, perdas, custos, responsabilidades e/ou despesas (inclusive honorários advocatícios) devido a/decorrentes de/relacionados de alguma forma a: (a) seu acesso ao, ou uso dos, Serviços; (b) seus conteúdos; e (c) violação por você destes Termos.

15. Avisos legais

Nós tentamos manter os Serviços funcionando e livres de aborrecimentos. Mas não oferecemos qualquer garantia de que teremos sucesso.

OS SERVIÇOS SÃO PRESTADOS "DA MANEIRA COMO SÃO" E "CONFORME SUA DISPONIBILIDADE", E ATÉ ONDE PERMITIDO PELAS LEIS QUE SE APLIQUEM, SEM GARANTIAS DE QUALQUER NATUREZA, SEJAM ELAS EXPRESSAS OU IMPLÍCITAS, INCLUINDO, SEM LIMITAÇÃO, GARANTIAS IMPLÍCITAS DE COMERCIALIZAÇÃO, ADEQUAÇÃO A UM PROPÓSITO ESPECÍFICO, TITULARIDADE E NÃO VIOLAÇÃO. ALÉM DISSO, EMBORA A SNAP INC. BUSQUE FORNECER UMA BOA EXPERIÊNCIA AO USUÁRIO, NÓS NÃO GARANTIMOS QUE: (A) OS SERVIÇOS SERÃO SEMPRE SEGUROS, LIVRES DE ERROS OU FORNECIDOS EM TEMPO HÁBIL; (B) OS SERVIÇOS IRÃO SEMPRE FUNCIONAR SEM QUALQUER ATRASO, INTERRUPÇÃO OU IMPERFEIÇÃO; OU (C) QUALQUER CONTEÚDO, CONTEÚDOS DO USUÁRIO OU INFORMAÇÕES OBTIDAS NOS OU POR MEIO DOS SERVIÇOS SERÃO FORNECIDOS EM TEMPO HÁBIL OU COM PRECISÃO.

A SNAP INC. NÃO ASSUME NENHUMA RESPONSABILIDADE PELOS CONTEÚDOS QUE VOCÊ, OUTROS USUÁRIOS E/OU TERCEIROS CRIAM, CARREGAM, PUBLICAM, ENVIAM, RECEBEM E/OU ARMAZENAM NOS OU POR MEIO DOS NOSSOS SERVIÇOS. VOCÊ COMPREENDE E CONCORDA QUE PODERÁ SER EXPOSTO A CONTEÚDOS POTENCIALMENTE OFENSIVOS, ILEGAIS, ENGANOSOS OU INADEQUADOS POR QUALQUER OUTRO MOTIVO, E A SNAP INC. NÃO ASSUME NENHUMA RESPONSABILIDADE POR ESSES CONTEÚDOS.

16. Limitação de responsabilidade

ATÉ O LIMITE MÁXIMO PERMITIDO POR LEI, TANTO A SNAP INC. QUANTO NOSSOS MEMBROS DA EQUIPE DE GERÊNCIA, ACIONISTAS, FUNCIONÁRIOS, AFILIADOS, LICENCIANTES E FORNECEDORES NÃO ASSUMIRÃO NENHUMA RESPONSABILIDADE POR EVENTUAIS DANOS INDIRETOS, ACIDENTAIS, ESPECIAIS, CONSEQUENTES, PUNITIVOS OU MÚLTIPLOS NEM POR EVENTUAIS PERDAS DE LUCRO OU RECEITA, SEJAM INCORRIDAS DE FORMA DIRETA OU INDIRETA, OU PELA PERDA DE DADOS, USO, REPUTAÇÃO OU OUTRAS PERDAS INTANGÍVEIS, RESULTANTES DE: (A) SEU ACESSO, USO, OU INCAPACIDADE DE ACESSAR OU UTILIZAR OS SERVIÇOS; (B) CONDUTA OU CONTEÚDOS DE OUTROS USUÁRIOS OU TERCEIROS NOS SERVIÇOS OU POR MEIO DELES; OU (C) ACESSO, USO OU ALTERAÇÃO DE SEUS CONTEÚDOS SEM AUTORIZAÇÃO, MESMO QUANDO A SNAP INC. TIVER SIDO AVISADA DA POSSIBILIDADE DE TAIS DANOS. SOB NENHUMA HIPÓTESE A RESPONSABILIDADE TOTAL DA SNAP INC. CONSIDERANDO TODAS AS REIVINDICAÇÕES RELATIVAS AOS SERVIÇOS DEVERÁ EXCEDER O VALOR MÁXIMO DE US\$ 100, OU O VALOR PAGO POR VOCÊ, SE HOUVER, À SNAP INC. NOS ÚLTIMOS 12 MESES.

ALGUMAS JURISDIÇÕES NÃO PERMITEM A EXCLUSÃO OU LIMITAÇÃO DE DETERMINADOS DANOS, PORTANTO, ALGUMAS OU TODAS AS EXCLUSÕES E LIMITAÇÕES MENCIONADAS NESTA SEÇÃO PODEM NÃO SE APLICAR A VOCÊ.

17. Arbitragem, renúncia de ação coletiva e renúncia de júri

LEIA OS PARÁGRAFOS A SEGUIR COM CUIDADO, POIS ELES EXIGEM QUE VOCÊ E A SNAP INC. CONCORDEM EM RESOLVER TODOS OS LITÍGIOS ENTRE NÓS POR MEIO DE ARBITRAGEM INDIVIDUAL VINCULATIVA.

1. Aplicabilidade da cláusula arbitral. Você e a Snap Inc. concordam que todas as reivindicações e litígios, incluindo todas as reivindicações e litígios previstos em lei, decorrentes dos ou relacionados aos Termos ou uso dos Serviços que não puderem ser resolvidos no juizado de pequenas causas serão resolvidas por meio de arbitragem vinculante, individualmente, sendo que você e a Snap Inc. não serão obrigados a submeter à arbitragem eventuais litígios em que uma das partes envolvidas

busque medidas liminares contra o uso indevido de direitos autorais, marcas registradas, nomes comerciais, logotipos, segredos de negócios ou patentes. Sendo claro: a expressão “todas as reivindicações e litígios” inclui reivindicações e litígios que surgiram entre nós antes da data de vigência destes Termos.

2.Regras de arbitragem. A Lei Federal de Arbitragem americana (Federal Arbitration Act) rege a interpretação e aplicação desta cláusula de resolução de disputas. A arbitragem será iniciada por meio da American Arbitration Association (“AAA”) e será regida pelas regras de arbitragem do consumidor da AAA, disponíveis aqui na data destes Termos, ou entrando em contato com a AAA no número 1-800-778-7879. Se a AAA não estiver disponível para realizar a arbitragem, as partes deverão selecionar um tribunal arbitral alternativo. As regras do tribunal arbitral irão reger todos os aspectos desta arbitragem, exceto quando tais regras conflitarem com estes Termos. A arbitragem será conduzida por um único árbitro neutro. Quaisquer reivindicações ou disputas em que o montante total do pleito seja inferior a US\$ 10.000 poderão ser resolvidas através de arbitragem vinculante sem audiência presencial, a critério da parte reclamante. Para reclamações ou disputas em que o montante total do pleito seja de US\$ 10.000 ou mais, o direito a uma audiência será determinado pelas regras do tribunal arbitral. Eventual questionamento da decisão proferida pelo árbitro responsável poderá ser realizado por qualquer foro de jurisdição competente.

3.Regras adicionais para arbitragem sem audiência presencial. Se a arbitragem sem audiência presencial for escolhida, ela será realizada por telefone, online, via submissões por escrito ou por meio de qualquer combinação destes três meios; a maneira específica será escolhida pela parte que iniciar a arbitragem. A arbitragem não envolverá qualquer aspecto pessoal das partes ou das testemunhas, a menos que as partes decidam o contrário de comum acordo.

4.Tarifas. Caso você decida pela arbitragem com a Snap Inc., não precisará pagar nenhuma taxa para isso. Isso acontece porque a Snap Inc. o reembolsará pela taxa de apresentação da queixa e as regras de arbitragem do consumidor da AAA estabelecem que os custos da audiência e remuneração do árbitro são de nossa responsabilidade. Caso outro foro arbitral seja escolhido, a Snap Inc. também pagará as taxas desse foro.

5.Autoridade do árbitro. O árbitro decidirá a jurisdição arbitral, bem como os direitos e obrigações, se houver, cabíveis a você e à Snap Inc. A disputa não deverá ser consolidada com nenhuma outra questão, nem associada a nenhum outro caso ou parte. O árbitro terá autoridade para decidir sobre pedidos de aplicabilidade e pertinência (“dispositive motions”) total ou parcialmente trazidos pelas partes. O árbitro terá autoridade para conceder danos pecuniários e conceder qualquer reparação ou remédio jurídico não pecuniário disponível a um indivíduo nos termos da legislação aplicável, das regras do tribunal arbitral e dos Termos. O árbitro emitirá uma decisão por escrito e uma declaração de decisão descrevendo os resultados e as conclusões essenciais em que se baseia a sentença, incluindo o cálculo de eventuais indenizações concedidas. O árbitro possui a mesma autoridade para conceder individualmente remédio jurídico que teria um juiz em um foro judicial. A sentença do árbitro será definitiva e de cumprimento obrigatório tanto para você quanto para a Snap Inc.

6.Renúncia de julgamento por júri. VOCÊ E A SNAP INC. RENUNCIAM A QUALQUER DIREITO CONSTITUCIONAL E/OU LEGAL DE AÇIONAR UM TRIBUNAL E SUBMETTER-SE A UM JULGAMENTO DIANTE DE UM JUIZ OU UM JÚRI. Em vez disso, você e a Snap Inc. estão optando por sanar reivindicações e/ou disputas por meio de arbitragem. Os procedimentos de arbitragem são normalmente mais restritos, mais eficientes e menos onerosos do que as regras aplicáveis a um tribunal e estão sujeitos a uma revisão bastante limitada por um tribunal. Em qualquer litígio entre você e a Snap Inc. sobre se devem ignorar ou fazer cumprir uma decisão arbitral, VOCÊ E A SNAP INC. RENUNCIAM A QUALQUER DIREITO A UM JULGAMENTO POR JÚRI, optando, em vez disso, pela resolução da disputa por um juiz.

7.Renúncia a ações coletivas. TODAS AS REIVINDICAÇÕES E/OU DISPUTAS INCLUÍDAS NO ÂMBITO DA PRESENTE CLÁUSULA ARBITRAL DEVEM SER JULGADAS INDIVIDUALMENTE, E NÃO COLETIVAMENTE. AS REIVINDICAÇÕES DE MAIS DE UM CLIENTE OU USUÁRIO NÃO PODERÃO SER ARBITRADAS OU JULGADAS EM CONJUNTO, NEM CONSOLIDADAS COM AS REIVINDICAÇÕES DE OUTROS CLIENTES OU USUÁRIOS. Se, no entanto, esta renúncia a ações

coletivas for considerada inválida ou inexecutável, nem você nem a Snapchat terão o direito à arbitragem; em vez disso, todas as reivindicações e disputas serão resolvidas em foro judicial, conforme estabelecido na Seção 18.

8.Direito de renúncia. Quaisquer direitos e restrições estabelecidos no presente acordo de arbitragem podem ser renunciados pela parte contra a qual a demanda é feita. Tal renúncia não deverá afetar qualquer outra parte deste acordo de arbitragem.

9.Opção de Sair. Você pode optar por sair deste acordo de arbitragem. Se você fizer isso, nem você nem a Snap Inc. podem forçar o outro a utilizar o procedimento arbitral. Para sair, você deve notificar a Snap Inc. por escrito até 30 dias após sujeitar-se a este acordo de arbitragem. Sua notificação deve incluir seu nome e endereço, seu nome de usuário do Snapchat e endereço de e-mail que você usou para criar sua conta no Snapchat (caso você tenha uma) e uma declaração inequívoca de que você deseja sair deste acordo de arbitragem. Você deve enviar sua notificação de saída ao seguinte endereço: Snap Inc., ATTN: Arbitration Opt-out, 63 Market Street, Venice, CA 90291, ou enviar um e-mail com a notificação de saída para arbitration-opt-out@snap.com.

10.Juizado de pequenas causas. Não obstante o acima exposto, tanto você quanto a Snap Inc. pode iniciar uma ação individual no juizado de pequenas causas.

11.Sobrevivência do acordo de arbitragem. Este acordo de arbitragem sobreviverá ao término de seu relacionamento com a Snap Inc.

18. Jurisdição exclusiva

À medida que as partes tenham permissão para, no âmbito destes Termos, iniciar uma disputa em um tribunal, você e a Snap Inc. concordam que todas as reivindicações e disputas, incluindo reivindicações e disputas previstas em lei, decorrentes de ou relacionadas aos Termos ou ao uso dos Serviços serão julgadas exclusivamente no Tribunal Distrital dos Estados Unidos do Distrito Central da Califórnia. Se, no entanto, esse tribunal não tiver competência originária sobre a disputa, então todas essas reivindicações e disputas serão julgadas exclusivamente no Superior Tribunal da Califórnia, condado de Los Angeles. Você e a Snap Inc. concordam em se submeter à jurisdição de ambos os tribunais.

19. Escolha de legislação

Exceto na medida em que prevaleçam as leis federais dos EUA, as leis da Califórnia, com exceção dos seus princípios de conflitos de legislação, regem estes Termos e quaisquer reivindicações ou disputas decorrentes de ou relacionadas a estes Termos ou assuntos relacionados, incluindo reivindicações e disputas acerca de reparação de danos e indenizações previstas em lei.

20. Independência das cláusulas

Se alguma disposição destes Termos for considerada inexecutável, ela deverá ser separada dos Termos e não afetará a validade ou a aplicabilidade das demais disposições.

21. Termos adicionais para serviços específicos

Devido à amplitude de nossos Serviços, às vezes precisamos redigir termos e condições adicionais para Serviços específicos. Tais termos e condições adicionais, que serão disponibilizados juntamente aos Serviços relevantes, se tornam assim, parte de seu contrato conosco caso você utilize tais Serviços.

22. Termos finais

- Estes Termos constituem a totalidade do acordo entre você e a Snap Inc. e substituem todo e qualquer acordo anterior existente.
- Estes Termos não criam nem conferem nenhum direito que beneficie terceiros.

- Caso nós optemos por não exigir a execução de qualquer disposição destes Termos, isso não deverá ser considerado como uma renúncia a tal disposição.
- A Snap Inc. reserva a si todos os direitos não concedidos expressamente a você.
- Você não pode transferir nenhum de seus direitos ou obrigações segundo estes Termos sem o nosso consentimento.
- Estes Termos foram escritos em inglês e, na medida em que a versão traduzida destes Termos entrar em conflito com a versão em inglês, a versão em inglês prevalecerá.

Fale conosco

A Snap Inc. incentiva o envio de comentários, perguntas, preocupações ou sugestões. Para enviar-nos seu feedback, visite o site <https://support.snapchat.com/>.

A Snap Inc. está localizada nos Estados Unidos da América, no endereço 63 Market Street, Venice, California 90291.

Anexo 02 – Termos de Serviço do Facebook – 30 de janeiro de 2015

O idioma da versão original deste acordo é o inglês (EUA). Na medida em que qualquer versão traduzida deste acordo conflitar com a versão em inglês, a versão em inglês prevalecerá. Observe que a seção 16 contém certas alterações aos termos gerais para usuários fora dos Estados Unidos.

Data da última revisão: 30 de janeiro de 2015

Declaração de Direitos e Responsabilidades

Esta Declaração de Direitos e Responsabilidades ("Declaração", "Termos" ou "DDR") é baseada nos

Princípios do Facebook e representa os termos de serviço que regem nosso relacionamento com os

usuários e outras pessoas que interagem com o Facebook, bem como marcas, produtos e serviços

do Facebook que não possuam termos separados ou que estejam vinculados a estes termos, que

chamamos de "Serviços do Facebook" ou "Serviços". Ao usar ou acessar os Serviços do Facebook,

você concorda com esta Declaração, conforme atualizada periodicamente de acordo com a seção 13

abaixo. Adicionalmente, você pode encontrar recursos no final deste documento que o ajudarão a

entender como o Facebook funciona.

Uma vez que o Facebook fornece uma ampla variedade de Serviços, podemos pedir que você analise e aceite termos complementares que se aplicam a sua interação com um aplicativo, produto ou serviço específico. Em caso de conflito destes termos complementares com esta DDR, os termos complementares associados ao aplicativo, produto ou serviço prevalecem com respeito ao seu uso do aplicação, produto ou serviço limitado ao conflito.

1.Privacidade

Sua privacidade é muito importante para nós. Elaboramos nossa Política de Dados para divulgar como você pode usar o Facebook para compartilhar com outros e como coletamos e podemos usar seu conteúdo e informações. Recomendamos que você leia a Política de Dados e a utilize para tomar decisões conscientes.

2.Compartilhando suas informações e conteúdo

Você é proprietário de todas as informações e conteúdos que publica no Facebook e pode controlar o modo como serão compartilhados por meio de suas configurações de privacidade e de aplicativos. Além disso:

1. Para conteúdos protegidos por leis de direitos de propriedade intelectual, como fotos e vídeos (conteúdo IP), você nos concede especificamente a seguinte permissão, sujeita às suas configurações de privacidade e de aplicativos: você nos concede uma licença global não exclusiva, transferível, sublicenciável, livre de royalties para usar qualquer conteúdo IP publicado por você ou associado ao Facebook (Licença IP). Essa Licença IP termina quando você exclui seu conteúdo IP ou sua conta, exceto quando seu conteúdo é compartilhado com outras pessoas e este não é excluído por elas.

2. Quando você exclui um conteúdo IP, ele é removido de maneira similar ao esvaziamento da lixeira do computador. No entanto, entenda que o conteúdo removido pode permanecer em cópias de backup por um período razoável (mas não estará disponível para outros).

3. Quando você usa um aplicativo, ele pode solicitar sua permissão para acessar seus conteúdos e informações, bem como conteúdos e informações que outras pessoas compartilharam com você. Exigimos que os aplicativos respeitem sua privacidade, e o acordo com esse aplicativo controlará como o mesmo poderá usar, armazenar e transferir esse conteúdo e informações. (Para saber mais sobre a Plataforma, incluindo como você pode controlar as informações que as pessoas podem compartilhar com aplicativos, leia nossa Política de Dados e a Página da plataforma.)

4. Quando você publica conteúdos ou informações usando a opção Público, você está permitindo que todos, incluindo pessoas fora do Facebook, acessem e usem essas informações e as associem a você (isto é, ao seu nome e foto do perfil).

5. Seus comentários ou outras sugestões sobre o Facebook são sempre bem-vindos, mas entenda que podemos usar esses comentários ou sugestões sem qualquer obrigação de compensar você por eles (assim como você não tem a obrigação de oferecê-los).

3. Segurança

Fazemos todo o possível para manter o Facebook seguro, mas não podemos garantir isso. Precisamos da sua ajuda para manter o Facebook seguro, o que inclui os seguintes compromissos de sua parte:

1. você não publicará comunicações comerciais não autorizadas (como spam) no Facebook.

2. você não coletará conteúdos ou informações de usuários, ou acessará o Facebook, usando meios automatizados (como bots de coleta, robôs, spiders ou scrapers) sem nossa permissão prévia.

3. você não fará parte de marketing multinível ilegal, como um esquema de pirâmide, no Facebook.

4. você não carregará vírus ou outros códigos mal-intencionados.

5. você não solicitará informações de login, nem acessará uma conta que pertença a outra pessoa.

6. você não irá intimidar, assediar ou praticar bullying contra qualquer usuário.

7.você não publicará conteúdos que contenham discurso de ódio, sejam ameaçadores ou pornográficos; incitem violência; ou contenham nudez ou violência gratuita ou gráfica.

8.Você não irá desenvolver nem operar um aplicativo de terceiros com conteúdos relacionados a álcool, encontros ou outro conteúdo adulto (incluindo anúncios) sem as restrições apropriadas com base em idade.

9.Você não usará o Facebook para praticar qualquer ato ilegal, equivocado, malicioso ou discriminatório.

10.Você não fará nada que possa desabilitar, sobrecarregar ou impedir o funcionamento ou a aparência adequados do Facebook, como um ataque de negação de serviço ou interferência no processamento da página ou de outra funcionalidade do Facebook.

11.Você não facilitará nem incentivará a violação desta Declaração ou de nossas políticas.

4.Registro e segurança da conta

Os usuários do Facebook fornecem seus nomes e informações reais, e precisamos da sua ajuda para que isso continue assim. Veja a seguir alguns compromissos que você firma conosco em relação ao registro e à manutenção da segurança de sua conta.

1.Você não fornecerá qualquer informação pessoal falsa no Facebook, nem criará uma conta para qualquer outra pessoa além de você sem permissão.

2.Você não criará mais de uma conta pessoal.

3.Se desativarmos sua conta, você não deverá criar outra sem nossa permissão.

4.Você não usará sua linha do tempo pessoal para seu próprio ganho comercial. Para tais fins, use as Páginas do Facebook.

5.Você não usará o Facebook se for menor de 13 anos.

6.Você não usará o Facebook se for um criminoso sexual condenado.

7.Você manterá suas informações de contato precisas e atualizadas.

8.Você não compartilhará sua senha (ou, no caso de desenvolvedores, sua chave secreta), deixará outra pessoa acessar sua conta ou praticará qualquer ato que possa comprometer a segurança da sua conta.

9.Você não transferirá sua conta (incluindo qualquer Página ou aplicativo administrado por você) para ninguém sem primeiro obter nossa permissão por escrito.

10.Se você selecionar um nome de usuário ou identificador similar para sua conta ou Página, nós nos reservaremos o direito de remover ou recuperar este nome ou identificador se considerarmos adequado (por exemplo, quando um proprietário de uma marca comercial reivindicar um nome de usuário que não tem qualquer relação com o nome real do usuário).

5. Proteção dos direitos de outras pessoas

Nós respeitamos os direitos de terceiros, e esperamos que você faça o mesmo.

1. Você não publicará conteúdo ou praticará qualquer ato no Facebook que infrinja ou viole os direitos de terceiros ou a lei.
2. Nós podemos remover qualquer conteúdo ou informação publicada por você no Facebook se julgarmos que isso viola esta declaração ou nossas políticas.
3. Nós fornecemos a você ferramentas para ajudá-lo a proteger seus direitos de propriedade intelectual. Para saber mais, acesse a nossa página [Como denunciar reclamações de infrações de propriedade intelectual](#).
4. Se removermos seu conteúdo por infringir os direitos autorais de alguém, e você acreditar que o removemos por engano, forneceremos a você a oportunidade de recorrer.
5. Se você violar repetidamente os direitos de propriedade intelectual de terceiros, nós desativaremos sua conta quando apropriado.
6. Você não usará nossos direitos autorais, marcas comerciais ou quaisquer marcas semelhantes que possam causar confusão, exceto conforme expressamente autorizado pelas nossas Diretrizes de uso de marcas ou com nossa permissão prévia por escrito.
7. Se coletar informações dos usuários, você deverá: obter o consentimento deles, deixar claro que é você (e não o Facebook) quem está coletando as informações e publicar uma política de privacidade explicando quais informações serão coletadas e como elas serão usadas.
8. Você não deve publicar documentos de identificação ou informações financeiras confidenciais de terceiros no Facebook.
9. Você não marcará usuários nem enviará convites por e-mail para não usuários sem o consentimento deles. O Facebook oferece ferramentas de denúncia social para permitir que os usuários façam comentários sobre a marcação.

6. Celular e outros dispositivos móveis

1. Atualmente, fornecemos nossos serviços móveis gratuitamente, mas lembre-se de que as taxas e os impostos normais de sua operadora, como taxas de mensagens de texto, ainda se aplicam.
2. Caso altere ou desative seu número de telefone celular, você deverá atualizar as informações de sua conta no Facebook dentro de 48 horas para garantir que suas mensagens não sejam enviadas para a pessoa que adquiriu seu número antigo.
3. Você consente e fornece todos os direitos necessários para permitir que os usuários sincronizem seus dispositivos com quaisquer informações (inclusive através de um aplicativo) visíveis para eles no Facebook.

7. Pagamentos

Ao fazer um pagamento no Facebook, você concorda com os nossos [Termos de pagamento](#) a menos que seja declarado que outros termos se aplicam.

8.Disposições especiais aplicáveis aos desenvolvedores/operadores de aplicativos e sites

Se você é um desenvolvedor ou operador de um aplicativo ou site da plataforma, deve estar em conformidade com a [Política de Plataforma do Facebook](#).

9.Sobre propagandas e outros conteúdos comerciais fornecidos ou aprimorados pelo Facebook

Temos como objetivo divulgar anúncios e outros conteúdos comerciais ou patrocinados que sejam importantes para nossos usuários e anunciantes. Para nos ajudar nesse aspecto, você concorda com os termos a seguir.

1.Você nos concede permissão para usar seu nome, imagem do perfil, conteúdos e informações relacionadas a conteúdos comerciais, patrocinados ou relacionados (como uma marca que você curtiu) fornecido ou aperfeiçoado por nós. Isto significa, por exemplo, que você permite que uma empresa ou outra entidade nos pague para exibir seu nome e/ou imagem do perfil com seus conteúdos ou informações sem receber qualquer compensação por isso. Se você tiver selecionado um público específico para seus conteúdos ou informações, respeitaremos sua escolha ao usar esses dados.

2.Não forneceremos seus conteúdos ou informações a anunciantes sem seu consentimento.

3.Você entende que serviços pagos e comunicações relacionadas nem sempre serão identificados por nós.

10.Disposições especiais aplicáveis aos anunciantes

Se você usar nossas interfaces de autoatendimento de publicidade para criar, enviar e/ou veicular qualquer tipo de publicidade, ou outra atividade ou conteúdo comercial ou patrocinado (coletivamente, as "Interfaces de Autoatendimento de Anúncios"), estará aceitando os nossos [Termos de Autoatendimento de Publicidade](#). Além disso, a atividade ou conteúdo comercial ou patrocinado que você veicular no Facebook ou em nossa rede de editores deverá cumprir nossas [Diretrizes de Publicidade](#).

11.Disposições especiais aplicáveis a Páginas

Se você criar ou administrar uma página no Facebook, ou veicular uma promoção ou uma oferta a partir da sua Página, você concorda com nossos [Termos de Páginas](#).

12.Disposições especiais aplicáveis a software

1.Se você baixar ou usar o nosso software, como um produto de software autônomo, um aplicativo ou um plug-in para navegador, você concorda que o software poderá baixar e instalar as atualizações e recursos adicionais periodicamente de forma a aprimorar ou desenvolvê-lo.

2.Você não tentará modificar, criar trabalhos derivados de, descompilar ou tentar extrair código fonte, a menos que expressamente autorizado sob licença de open source ou que essa permissão expressa tenha sido fornecida por nós.

13.Alterações

1.Notificaremos você antes de fazer alterações nestes termos e lhe daremos a oportunidade de analisar e comentar os termos revisados antes de continuar a usar nossos Serviços.

2.Se fizermos alterações em políticas, diretrizes ou outros termos mencionados ou incorporados nesta Declaração, poderemos apresentar um aviso na Página de Governança do Site.

3.Se você continuar a usar os Serviços do Facebook depois do aviso de alterações em nossos termos, políticas ou diretrizes, isso constituirá sua aceitação dos termos, políticas ou diretrizes alterados.

14.Rescisão

Se você violar o texto ou a essência desta Declaração, ou gerar possível risco ou exposição legal para nós, podemos deixar de fornecer todo ou parte do Facebook para você. Notificaremos você por e-mail ou na próxima vez que você tentar acessar sua conta. Você também pode excluir sua conta ou desativar seu aplicativo a qualquer momento. Em todos esses casos, esta Declaração perderá sua vigência, mas as seguintes disposições ainda serão aplicáveis: 2.2, 2.4, 3-5, 9.3 e 14-18.

15.Disputas

1.Você resolverá qualquer reivindicação, causa de ação ou disputa (reivindicação) decorrente de ou relacionada exclusivamente à esta Declaração ou ao Facebook no tribunal distrital americano, para o distrito do norte da Califórnia, ou um tribunal estadual localizado no condado de San Mateo, e você concorda em submeter-se à jurisdição pessoal de tais tribunais com o propósito de pleitear todas essas reivindicações. As leis do estado da Califórnia regem esta Declaração, bem como as alegações que surjam entre você e nós, independentemente de conflitos nas disposições legais.

2.Se alguém fazer uma alegação contra nós em relação a suas ações, conteúdos ou informações no Facebook, você nos isentará da responsabilidade sobre todos os danos, perdas e despesas de qualquer espécie (incluindo os custos judiciais aplicáveis) em relação a essa alegação. Mesmo estabelecendo regras de conduta para os usuários, não controlamos nem orientamos as ações dos usuários no Facebook e não nos responsabilizamos pelo conteúdo ou as informações que os usuários transmitem ou compartilham no Facebook. Não nos responsabilizamos por qualquer conteúdo ou dado ofensivo, inadequado, obsceno, ilegal ou questionável que você possa encontrar no Facebook. Não nos responsabilizamos pela conduta, on-line ou off-line, de qualquer usuário do Facebook.

3.NÓS TENTAMOS MANTER O FACEBOOK EM FUNCIONAMENTO, SEGURO E LIVRE DE ERROS, MAS VOCÊ O USA POR SUA CONTA E RISCO. NÓS FORNECEMOS O FACEBOOK NO ESTADO EM QUE SE ENCONTRA, SEM GARANTIAS EXPRESSAS OU IMPLÍCITAS, INCLUINDO, SEM LIMITAÇÃO,

GARANTIAS IMPLÍCITAS DE COMERCIALIZAÇÃO, ADEQUAÇÃO A UMA FINALIDADE ESPECÍFICA E NÃO INFRAÇÃO. NÃO GARANTIMOS QUE O FACEBOOK SERÁ SEMPRE SEGURO, PROTEGIDO, SEM ERROS, NEM QUE O FACEBOOK SEMPRE FUNCIONARÁ SEM INTERRUPÇÕES, ATRASOS OU IMPERFEIÇÕES. O FACEBOOK NÃO SE RESPONSABILIZA POR AÇÕES, CONTEÚDOS, INFORMAÇÕES OU DADOS DE TERCEIROS, E VOCÊ ISENTA A NÓS, NOSSOS DIRETORES, EXECUTIVOS, FUNCIONÁRIOS E AGENTES DE QUALQUER RECLAMAÇÃO OU DANOS, CONHECIDOS E DESCONHECIDOS, DECORRENTES DE OU RELACIONADOS DE QUALQUER FORMA A QUALQUER RECLAMAÇÃO QUE VOCÊ TENHA CONTRA TERCEIROS. SE VOCÊ FOR RESIDENTE NA CALIFÓRNIA, VOCÊ ABDICA DO CÓDIGO CIVIL DA CALIFÓRNIA §1542, QUE DIZ: A RENÚNCIA GERAL NÃO SE ESTENDE A RECLAMAÇÕES QUE O CREDOR NÃO CONHECE OU ESPERA EXISTIR EM SEU FAVOR NO MOMENTO DE EXECUÇÃO DA RENÚNCIA QUE, SE CONHECIDA POR ELE, AFETAM SUBSTANCIALMENTE SEU ACORDO COM O DEVEDOR. NÓS NÃO NOS RESPONSABILIZAMOS COM VOCÊ POR QUALQUER PERDA DE LUCRO OU OUTROS DANOS CONSEQUENTES, ESPECIAIS, INDIRETOS OU ACIDENTAIS DECORRENTES DE OU RELATIVOS A ESTA DECLARAÇÃO OU AO FACEBOOK, MESMO QUE TENHAMOS SIDO AVISADOS DA POSSIBILIDADE DE TAIS DANOS. NOSSA RESPONSABILIDADE AGREGADA TOTAL DECORRENTE DESTA DECLARAÇÃO OU DO FACEBOOK NÃO DEVERÁ ULTRAPASSAR O MONTANTE DE CEM DÓLARES (US\$ 100) OU O VALOR PAGO NOS EUA NOS ÚLTIMOS DOZE MESES. A LEGISLAÇÃO APLICÁVEL NÃO PODE PERMITIR A LIMITAÇÃO NEM A ISENÇÃO DA RESPONSABILIDADE POR DANOS ACIDENTAIS OU CONSEQUENTES. PORTANTO, A LIMITAÇÃO OU EXCLUSÃO ACIMA PODE NÃO SE APLICAR A VOCÊ. NESES CASOS, A RESPONSABILIDADE DO FACEBOOK SERÁ LIMITADA AO LIMITE MÁXIMO PERMITIDO POR LEI.

16. Disposições especiais aplicáveis a usuários fora dos Estados Unidos

Nós nos esforçamos para criar uma comunidade global com padrões consistentes para todos, mas também procuramos respeitar as leis locais. As seguintes provisões se aplicam a usuários e não usuários que interagem com o Facebook fora dos Estados Unidos.

1. Você concorda em ter seus dados pessoais transferidos para e processados nos Estados Unidos.
2. Se você residir em um país embargado pelos Estados Unidos ou fizer parte da lista do Departamento do Tesouro dos EUA de Nações Especialmente Designadas, você não deverá participar de atividades comerciais no Facebook (como propaganda e pagamento) nem operar um aplicativo ou site da plataforma. Você não usará o Facebook se estiver proibido de receber produtos, serviços ou software originado dos Estados Unidos.
3. Certos termos específicos que se aplicam somente a usuários alemães estão disponíveis [aqui](#).

17. Definições

1. Os termos "Facebook" ou "Serviços do Facebook" abrangem os recursos e serviços que disponibilizamos, inclusive através de (a) nosso site www.facebook.com e qualquer outro site da marca Facebook ou sites de marca compartilhada (incluindo subdomínios, versões internacionais, widgets e versões para celular); (b) nossa

Plataforma; (c) plug-ins sociais, como o botão Curtir, o botão Compartilhar e outras ofertas similares (d) e outras mídias, marcas, produtos, serviços, softwares (como uma barra de ferramentas), dispositivos ou redes já existentes ou desenvolvidos posteriormente. O Facebook se reserva o direito de definir, a seu critério, quais marcas, produtos ou serviços são regidos por termos separados e não por esta DDR.

2.O termo "Plataforma" envolve um conjunto de APIs e serviços (como conteúdo) que permitem que outras pessoas, inclusive desenvolvedores de aplicativos e operadores de sites, recuperem dados do Facebook ou forneçam dados para nós.

3.O termo "informações" envolve fatos e outras informações sobre você, incluindo as ações executadas por usuários e não usuários que interagem com o Facebook.

4.O termo "conteúdo" envolve tudo que você ou outros usuários publicam, fornecem ou compartilham usando os Serviços do Facebook.

5.O termo "dados" ou "dados do usuário" envolve qualquer dado, incluindo conteúdos ou informações de um usuário que você ou terceiros possam obter do Facebook ou fornecer ao Facebook pela plataforma.

6.O termo "publicar" envolve publicar ou disponibilizar conteúdos usando o Facebook.

7.O termo "uso" significa usar, executar, copiar, agir ou expor publicamente, distribuir, modificar, traduzir e criar trabalhos derivados.

8.O termo "aplicativo" envolve qualquer aplicativo ou site que use ou acesse a Plataforma, bem como qualquer item que receba ou tenha recebido dados de nós. Se você não acessa mais a Plataforma, mas não excluiu os dados, o termo aplicativo se aplicará até que você os exclua.

9.Com o termo "Marcas comerciais", nos referimos à lista de marcas comerciais disposta [aqui](#).

18.Outro

1.Se sua residência ou seu principal local de trabalho encontra-se nos Estados Unidos ou no Canadá, esta Declaração corresponde a um acordo entre você e a Facebook, Inc. Caso contrário, esta Declaração corresponde a um acordo entre você e a Facebook Ireland Limited. Referências a "nos", "nós" e "nosso" significam a Facebook, Inc. ou a Facebook Ireland Limited, conforme apropriado.

2.Esta Declaração compõe todo o acordo entre as partes em relação ao Facebook e tem precedência sobre acordos anteriores.

3.Se qualquer parte desta Declaração for considerada inexecutável, a parte restante permanecerá em plena vigência.

4.Se nós falharmos em impor qualquer parte desta Declaração, isso não será considerado como abdicação de direitos.

5.As correções ou abdições de direitos desta Declaração devem ser efetuadas por escrito e assinadas por nós.

6.Você não deve transferir seus direitos nem obrigações sob esta Declaração para qualquer outra pessoa sem nosso consentimento.

7.Todos os nossos direitos e obrigações sob esta Declaração são livremente atribuídos por nós em relação a fusões, aquisições, vendas de bens, imposição legal ou outro fator.

8.Nada nesta Declaração nos impedirá de cumprir a lei.

9.Esta Declaração não confere direitos que beneficiam terceiros.

10.Nós nos reservamos todos os direitos não expressamente concedidos a você.

11.Você deve obedecer a todas as leis aplicáveis quando estiver usando ou acessando o Facebook.

Ao usar ou acessar os Serviços do Facebook, você nos permite coletar e usar tais conteúdos e informações de acordo com a Política de Dados e suas futuras emendas. Você também pode consultar os documentos a seguir, que fornecem mais informações sobre seu uso do Facebook.

- Termos de pagamento: Estes termos adicionais se aplicam a todos os pagamentos feitos no Facebook ou por meio dele, a menos que seja declarado que outros termos se aplicam.
- Página da plataforma: Essa página o ajuda a entender melhor o que acontece ao adicionar aplicativos de terceiros ou ao usar o Facebook Connect, incluindo como eles podem acessar e usar seus dados.
- Políticas da plataforma do Facebook: Essas diretrizes detalham as políticas que se aplicam a aplicativos, incluindo sites de Conexões do Facebook.
- Políticas de Publicidade: Essas diretrizes detalham as políticas que se aplicam a propagandas publicadas no Facebook.
- Termos de Autoatendimento de Publicidade: tais termos são válidos quando você usa as Interfaces de Autoatendimento de Anúncios para criar, enviar e/ou veicular qualquer tipo de publicidade, ou outra atividade ou conteúdo comercial ou patrocinado.
- Diretrizes de promoções: Essas diretrizes descrevem as políticas que se aplicam à oferta de concursos, brindes e outros tipos de promoções no Facebook.
- Recursos da marca Facebook : Essas diretrizes descrevem as políticas que se aplicam ao uso de marcas comerciais, logotipos e capturas de tela do Facebook.
- Como denunciar reclamações de infrações de propriedade intelectual
- Termos de páginas: Essas diretrizes se aplicam ao seu uso das páginas do Facebook.
- Padrões da Comunidade: Essas diretrizes descrevem nossas expectativas em relação ao conteúdo que você publica no Facebook e às suas atividades no Facebook.

Para acessar a Declaração de Direitos e Responsabilidades em diversos idiomas, altere as configurações de idioma para a sua sessão do Facebook clicando no link de idioma no canto esquerdo da maioria das páginas. Se a Declaração não estiver disponível no idioma selecionado, será exibida, por padrão, a versão em inglês.